



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
DELEGATURA W KATOWICACH**

Katowice, dn. 15 października 2014r.

RKT-61-45/13/SB

**DECYZJA Nr RKT-30/2014**

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko Idea Bank SA z siedzibą w Warszawie,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

**I.** Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działanie Idea Bank SA w Warszawie polegające na przekazywaniu w trakcie prezentowania cech produktów informacji dotyczących możliwości przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach przedmiotowego produktu, poprzez wyeksponowanie korzyści związanych z inwestycją kosztem informacji dotyczących okoliczności, w których inwestycja może nie przynieść zysku lub wygenerować straty, a także kosztów związanych z rozwiązaniem umowy w trakcie jej trwania, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o jakiej mowa w art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 5 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), a w związku z tym stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

**II.** Na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, **określa się** Idea Bank SA z siedzibą w Warszawie **środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci publikacji punktu I sentencji niniejszej decyzji** na stronie internetowej przedsiębiorcy [www.ideabank.pl](http://www.ideabank.pl) w ten sposób, że odnośnik do treści pkt I sentencji powinien zostać umieszczony na stronie głównej [www.ideabank.pl](http://www.ideabank.pl) oraz być utrzymywany na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 1 (jednego) roku.

**III.** Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na Idea Bank SA z siedzibą w Warszawie karę pieniężną płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie

konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji w wysokości **4 172 571 zł (słownie: czterech milionów stu siedemdziesięciu dwóch tysięcy pięciuset siedemdziesięciu jeden złotych)**.

**IV.** Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 263 § 1 oraz art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2013r. poz. 267) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się Idea Bank SA z siedzibą w Warszawie, kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie **30 złotych** (słownie: trzydziestu złotych), w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

### **Uzasadnienie**

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwanego dalej Prezesem Urzędu, z urzędu przeprowadzone zostało postępowanie wyjaśniające (znak RKT-403-51/12/SB) w sprawie wstępnego ustalenia, czy w związku z działalnością Idea Bank SA z siedzibą w Warszawie (zwanej dalej także Bankiem, Spółką lub przedsiębiorcą) występuje naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) – zwanej dalej również uokik.

Prezes Urzędu otrzymał wiele skarg konsumentów, w których skarżyli się oni na sposób przekazywania informacji przez pracowników Banku przy zawieraniu umów przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi (dowód: karty nr 2800-3104).

W związku z ustaleniami poczynionymi w trakcie postępowania wyjaśniającego w dniu 31 grudnia 2013 r. postanowieniem nr 1 (dowód: karty nr 2, 3) z urzędu zostało wszczęte postępowanie administracyjne w związku z podejrzeniem stosowania przez Idea Bank SA w Warszawie działań polegających na przekazywaniu w trakcie prezentowania cech produktów informacji dotyczących możliwości przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach przedmiotowego produktu, poprzez wyeksponowanie korzyści związanych z inwestycją kosztem informacji dotyczących okoliczności, w których inwestycja może nie przynieść zysku lub wygenerować straty, a także kosztów związanych z rozwiązaniem umowy w trakcie jej trwania, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o jakiej mowa w art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 5 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) – zwanej dalej także uopnpr, co mogło stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 uokik.

### **Stanowisko Banku**

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu niniejszego postępowania administracyjnego Spółka wyjaśniła, co następuje (dowód: karty nr 2328-2335): Bank zaprzeczył, aby w trakcie oferowania produktów, informacje przekazywane konsumentom podawane były w sposób uniemożliwiający, bądź utrudniający konsumentom, będącym klientami Banku, zapoznanie się z ryzykami związanymi z przystąpieniem do produktów i

kosztami rozwiązania umowy przed końcem jej trwania. Spółka zadeklarowała współpracę z ubezpieczycielami w celu stworzenia oferty produktowej dostosowanej do stałych i zmieniających się potrzeb klientów. Współpraca Banku z ubezpieczycielami polega także na opracowaniu mechanizmów kontroli procesu oferowania produktów inwestycyjnych i ustalaniu opłat ponoszonych przez klienta na poziomie dostosowanym do specyfiki danego produktu oraz zapewniającym jak najwyższą jego rentowność. Istotny etap wdrożenia nowego produktu do oferty Banku stanowią szkolenia pracowników oraz pośredników współpracujących prowadzone przez ubezpieczycieli pod nadzorem Banku, nakierowane na przekazanie osobom zaangażowanym w proces sprzedaży szczegółowej wiedzy w przedmiocie konstrukcji produktu i czynników ryzyka z nim związanych, umożliwiającej rzetelne prezentowanie oferty produktowej Banku, dostosowanie jej do potrzeb klientów oraz wyjaśnienie wszelkich ewentualnych wątpliwości zgłaszanych przez klientów. Każdy zobowiązany jest do zapoznania się z procedurami ustanowionymi w Banku oraz do ich przestrzegania.

We współpracy z ubezpieczycielami opracowany został kwestionariusz o nazwie: „Analiza Finansów Osobistych”, który stosowany jest podczas spotkań z klientami na etapie przedstawiania założeń oferowanego produktu. Prowadzona analiza finansów osobistych w postaci kwestionariusza pozwala na zgromadzenie informacji o potencjalnym kliencie, umożliwiających dobór odpowiednich dla niego produktów, przy uwzględnieniu m.in. jego sytuacji finansowej, rodzinnej, preferencji inwestycyjnych, w tym pożądanego czasu trwania inwestycji, awersji do ryzyka, wiedzy oraz doświadczenia inwestycyjnego. Podpisując oświadczenie klient m.in. potwierdza, iż został poinformowany, że udzielenie informacji zawartych w „Analizie Finansów Osobistych” jest dobrowolne i odmowa ich udzielenia nie może spowodować odmowy zawarcia np. umowy ubezpieczenia, jak również przyjmuje do wiadomości, że nie udzielenie wystarczających informacji do dokonania oceny skutkuje brakiem określenia profilu inwestycyjnego i jednocześnie brakiem możliwości wskazania produktu odpowiedniego dla potrzeb klienta. Klienci nie spełniający warunków koniecznych do objęcia ochroną ubezpieczeniową są o tym fakcie informowani przez Bank. Kwestionariusz „Analiza Finansów Osobistych” przyjęty został uchwałą Zarządu Banku w dniu 25 lutego 2013r., a informacja w tej sprawie została przekazana do sieci sprzedaży Banku w dniu 1 marca 2013r. (dowód: karta nr 2330).

Bank wskazał, że zawarł z ubezpieczycielami dodatkowe porozumienia w sprawie określenia standardów obsługi klienta, których przedmiotem jest podjęcie wspólnych działań mających na celu udoskonalenie zasad obsługi klienta w oparciu o zalecenia „III Rekomendacji dobrych praktyk na polskim rynku bancassurance w zakresie ubezpieczeń z elementem inwestycyjnym lub oszczędnościowym” (dowód: karta nr 2331). Porozumienia zawierają m.in. informację o:

- podjęciu działań zmierzających do określenia możliwości stosowania ankiety umożliwiającej dokonanie analizy profilu klienta, dobór odpowiednich dla niego produktów na etapie wyrażenia przez klienta zainteresowania produktami,
- przekazywaniu na etapie poprzedzającym podjęcie przez klienta decyzji o wyrażeniu zgody na objęcie ochroną ubezpieczeniową klientowi rzetelnej i zgodnej z prawdą informacji na temat konstrukcji produktu,
- podjęciu starań, by dokumentacja dostarczana klientowi sporządzona była w formie i formie umożliwiającej zapoznanie się z jej treścią przez klienta, oraz by była napisana w sposób rzetelny, nie budzący wątpliwości i nie wprowadzający w błąd oraz by została doręczona klientowi przed podjęciem przez niego decyzji i złożeniem oświadczenia woli, w czasie umożliwiającym mu zapoznanie się z uzyskanymi informacjami,

- wspólnym przygotowaniu materiałów obrazujących działanie poszczególnych produktów, ze szczególnym uwzględnieniem możliwych zasad działania produktu w różnych scenariuszach występujących na rynku finansowym,
- dążeniu do zacieśnienia współpracy w zakresie przygotowywania prezentacji i materiałów szkoleniowych dla poszczególnych produktów oraz zapewnienia wszystkim pracownikom, mającym bezpośredni kontakt z klientem szkoleń mających na celu jak najlepsze zrozumienie potrzeb klienta i podniesienie jakości obsługi klienta poprzez rozwój ich kompetencji, w zakresie umiejętności sprzedażowych i wiedzy merytorycznej,
- podjęciu starań, by udzielanie odpowiedzi na zapytania i reklamacje, obsługa rezygnacji, informowanie o zgłaszaniu roszczeń oraz inne kontakty z klientami, bez względu na formę komunikacji, wykonywane były terminowo oraz zawierały rzetelne, kompletne i zrozumiałe dla klienta informacje (dowód: karty nr 2331-2332).

Bank wyjaśnił, że kładzie szczególny nacisk na doręczanie klientom wszelkich dokumentów niezbędnych do podjęcia decyzji o skorzystaniu z danego produktu inwestycyjnego oraz stworzenie odpowiednich warunków do szczegółowego zapoznania się z ich treścią. Wspólnie z współpracującymi ubezpieczycielami przygotowane zostały do oferowanych produktów oświadczenia, które przed przystąpieniem do produktu przedstawiane miały być do podpisu klientowi na potwierdzenie pełnego zrozumienia produktu i jego cech, jak również rodzajów ryzyka występujących w produkcie. Oświadczenia zawierają między innymi:

- wskazanie, że dany produkt jest ubezpieczeniem,
- informację o składkach oraz o konieczności dokonywania regularnych wpłat składek (w przypadku produktów ze składką regularną),
- informację o ochronie Bankowego Funduszu Gwarancyjnego, jeżeli taka występuje,
- informację o ryzyku inwestycyjnym (ryzyka utraty części lub całości zainwestowanego kapitału), jeżeli takie występuje,
- informację o braku gwarancji uzyskania określonego wyniku z inwestycji albo informację o zakresie gwarancji, jeżeli taka istnieje,
- informacje, o opłatach związanych z produktem (m.in. opłacie związanej z wcześniejszą wypłatą), a także wskazanie miejsca w którym są dostępne dokumenty zawierające pełną informację na temat opłat,
- informację o ewentualnych źródłach zysku z produktu i ryzykach z nim związanych,
- odwołanie do właściwych Warunków ubezpieczenia,
- informację o stosowaniu zasad określonych w „III Rekomendacji dobrych praktyk na polskim rynku bancassurance w zakresie ubezpieczeń z elementem inwestycyjnym lub oszczędnościowym” (dowód: karta nr 2332).

Podpisując oświadczenie klient między innymi potwierdza, że dokumenty związane z produktem zostały mu wręczone, zasady funkcjonowania produktu zostały wyjaśnione i że je akceptuje, jak również przyjmuje do wiadomości, że dany produkt nie ma charakteru lokaty bankowej, lecz jest długoterminowym produktem o charakterze inwestycyjno-oszczędnościowym (dowód: karta nr 2333).

Dodatkowo Bank wskazał, że Uchwałą Zarządu Banku nr 88/11/2013 z dnia 29 listopada 2013 r. przyjęta została „Procedura sprzedaży produktów inwestycyjnych oraz inwestycyjno — ubezpieczeniowych”, która określa zasady sprzedaży produktów inwestycyjnych oraz o charakterze ubezpieczeniowo — inwestycyjnym (Bancassurance) oraz opisuje obowiązki współpracowników i pracowników Banku w ramach procesu oferowania produktów.

W obliczu wszystkich wskazanych powyżej okoliczności w ocenie Banku dochował on należytej staranności w procesie wdrożenia, a następnie przestrzegania standardów prawidłowej obsługi klientów oraz edukacji osób prowadzących w imieniu Banku oferowanie

jego produktów. Tym samym, w ocenie Banku nie doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów (dowód: karta nr 2334).

Pismem z dnia 4 września 2014r. (dowód: karta nr 3105) przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o prawie do zapoznania się z materiałem zgromadzonym w sprawie, z którego nie skorzystał.

### **Prezes Urzędu ustalił, co następuje:**

#### **Strona postępowania**

Idea Bank SA z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą prowadzącym działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego (dowód: karty nr 6-8).

#### **Charakterystyka produktów, których dotyczy postępowanie**

Bank oferuje swoim klientom możliwość przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. W przypadku ww. ubezpieczeń Bank pełni rolę ubezpieczającego, natomiast ubezpieczycielami są towarzystwa ubezpieczeń.

Powołany powyżej ubezpieczeniowy fundusz kapitałowy stanowi wydzieloną rachunkowo oraz odrębnie inwestowaną część aktywów towarzystwa ubezpieczeń tworzoną z alokowanych składek wnoszonych przez konsumentów. Przedmiotowy fundusz jest zarządzany według zasad określonych w regulaminach danego funduszu. Wartość rachunku udziałów konsumenta wynika z wartości udziałów jednostkowych, zaewidencjonowanych na rachunku udziałów. Jej wartość zależy od liczby udziałów jednostkowych danego funduszu oraz wartości udziałów jednostkowych.

Powierzenie środków pieniężnych w powyżej opisany produkt wiąże się z licznymi ryzykami. W oparciu o dostarczone dokumenty Prezes Urzędu uznał, że oferowane produkty wiążą się dla konsumentów z możliwością wystąpienia następujących ryzyk:

1 ryzykiem związanym ze spadkiem wartości instrumentów finansowych, w które inwestuje Fundusz (UFK)<sup>1</sup>. W Okresie ubezpieczenia Wartość Rachunku<sup>2</sup>, na którym ewidencjonowane są Jednostki Funduszy<sup>3</sup> nabyte za Składkę Jednorazową<sup>4</sup>, Składkę Regularną, Bieżącą oraz Składki Dodatkowe<sup>5</sup> może ulegać znacznym wahaniom ze względu na zmiany wyceny instrumentów finansowych wchodzących w skład Funduszu (UFK), w szczególności może być znacząco niższa niż wartość wpłaconych Składek,

2 ryzykiem kredytowym, które obejmuje ryzyko niewypłacalności emitentów instrumentów finansowych<sup>6</sup>, w których lokowane są aktywa Funduszu (UFK) oraz ryzyka kontrahenta od

---

<sup>1</sup> Fundusz (UFK) – Ubezpieczeniowy Fundusz Kapitałowy stanowiący wydzieloną rachunkowo oraz odrębnie inwestowaną część aktywów Towarzystwa Ubezpieczeń tworzoną z alokowanych Składek Jednorazowych, Składek Regularnych i Dodatkowych pomniejszonych o Składki za ryzyko, zarządzany według strategii inwestycyjnej opisanej w Regulaminie,

<sup>2</sup> Wartość rachunku udziałów – wartość Udziałów jednostkowych, zaewidencjonowanych na Rachunku udziałów wyliczona jako iloczyn liczby Udziałów jednostkowych Funduszu oraz Wartości tych udziałów jednostkowych w Dniu wyceny,

<sup>3</sup> Jednostki Funduszu (udziały jednostkowe) – jednostki, na które został podzielony Fundusz, służące do ustalenia Wartości rachunku udziałów oraz udziału Ubezpieczonego w danym Funduszu,

<sup>4</sup> Składka Jednorazowa – wpłacana jednorazowo składka z tytułu Ubezpieczenia, co najmniej w wysokości określonej w Deklaracji zgody, nie niższa niż minimalna wysokość Składki Jednorazowej określonej w Tabeli Opłat i Limitów,

<sup>5</sup> Składka Regularna, Bieżąca – Składka wpłacana miesięcznie, wysokość Składki uzależniona jest od wariantu ubezpieczeniowego wskazanego w Deklaracji Przystąpienia: ze Składki pomniejszonej o Opłatę za zarządzanie dokonywana jest Alokaacja,

<sup>6</sup> instrumenty finansowe są określane w Regulaminach konkretnych Funduszy

którego Towarzystwo Ubezpieczeń nabywa instrumenty finansowe wchodzące w skład aktywów Funduszu (UFK), przez które należy rozumieć:

a) sytuację finansową emitenta mogącą mieć negatywny wpływ na cenę wyemitowanych instrumentów finansowych bądź możliwość otrzymania przychodów i zysków z lokat Funduszu (UFK) lub otrzymania całej kwoty z tytułu wykupu instrumentów, w które lokowane są środki Funduszu (UFK),

b) wystąpienia po stronie kontrahenta Towarzystwa Ubezpieczeń trwałej lub czasowej niezdolności do obsługi zadłużenia, w tym do realizacji zobowiązań z tytułu transakcji zawartych na rynku finansowym (umów depozytów terminowych, jednostek uczestnictwa funduszy inwestycyjnych, wyemitowanych obligacji, instrumentów pochodnych),

3 ryzykiem utraty części środków zgromadzonych w ramach Ubezpieczenia, w przypadku rezygnacji z Ubezpieczenia przed końcem Okresu Ubezpieczenia,

4 ryzykiem ograniczonej płynności, które jest związane z dokonywaniem wypłaty Świadczenia Wykupu w trakcie trwania Okresu Ubezpieczenia lub realizacji przeniesień środków pomiędzy Funduszami (UFK) w sytuacji, gdy fundusze inwestycyjne lub instytucje - wspólnego inwestowania, w które lokowane są aktywa Funduszu (UFK) zawieszają nabywanie tytułów lub jednostek uczestnictwa funduszy inwestycyjnych lub instytucji wspólnego inwestowania (dowód: karty nr 2527-2543).

Bank przedstawił wykaz nazw produktów, pod którymi oferowane są ubezpieczenia grupowe na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi, są to mianowicie: Bezpieczny Zysk, Czas na Złoto, Enterprise II, Enterprise II 8%, Firma i Emerytura Plus, Idealny Depozyt, Idealny Start, Inwestycyjny Plan Emerytalny, Inwestycyjny Plan Emerytalny 57 Plus, Inwestycyjny Plan Emerytalny Plus, Kurs na Wzrost, Kurs na Wzrost 7%, Kwartalny Profit, Kwartalny Profit Plus, LIBRA III, LIBRA SECURE, Life Care, Lokomotywy Europy, Lokomotywy Europy II, Nature Premium, Nature Premium 12%, Nowy Strzał w Dziesiątkę, Nowy Strzał w Dziesiątkę 8%, Obligacje Korporacyjne Plus, Obligacje Plus, Plan Inwestycyjny Lepsze Jutro, Plan Inwestycyjny Multi, Plan Inwestycyjny Multi Prestiż, Plan Inwestycyjny Selekt, Plan Inwestycyjny Selekt Prestiż, Plus, Portfel na Piątkę, Plan Regularnego Oszczędzania Zabezpiecz Przyszłość, Równowaga Kredytowa, Sposób na Zysk, Stabilny Plan Oszczędnościowy, Strzał w Dziesiątkę, Strzał w Dziesiątkę 8%, Światowe Aktywa, Światowe Bogactwa, Twoja Stabilizacja, Ty i Twoja Przyszłość, Uniwersum, Złota Perspektywa, Pewna Polisa, Twoje Bezpieczeństwo (dowód: karty nr 2155, 2391).

Przedmiotowe produkty są oferowane przez pracowników w oddziałach Banku od 1 lipca 2011r. (dowód: karta nr 2011). Z informacji Banku wynika, że nie oferował ww. ubezpieczeń w okresie od 30 września 2013r. do 7 marca 2014r. (dowód: karta nr 2391).

### **Opis skarg konsumentów**

Prezes Urzędu zgromadził liczne skargi konsumentów na działalność Banku w zakresie dotyczącym oferowania możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Skargi te były składane bezpośrednio w Urzędzie lub zostały przekazane przez Bank (dowód: karty nr 2156-2324, 2585-2789, 2800-3104).

Konsumenci w skargach zamieszczali następujące informacje:

- „Pan ... poinformował, że bez strat mogę wycofać po roku” (dowód: karta nr 2156),
- „Ja mówiłem, że mam 70 lat i jestem ubezpieczony w (...) i jest to bez sensu, ale tłumaczył że po trzech latach wycofamy i to będzie bardzo korzystne i się zgodziłem nie znając konsekwencji uwierzyłem doradcy” (dowód: karta nr 2163),
- „zapropozowaliście Państwo (...) produkt o skomplikowanej konstrukcji, pomimo że jego wiedza na temat zasad funkcjonowania rynków finansowych jest znikoma,

zapropowowaliście Państwo (...) produkt o wysokim stopniu ryzyka inwestycyjnego, w powiązaniu z produktem o fikcyjnym charakterze ubezpieczeniowym (gwarancyjnym), pomimo braku skłonności (...) do ponoszenia takiego ryzyka i (...) przekonaniu o ubezpieczeniowym i gwarancyjnym charakterze ww. produktu” (dowód: karta nr 2166),

- „Nie poinformowano mojego Mocodawcy o wszystkich rodzajach ryzyka związanego z produktem wraz z określeniem ich poziomu. Nie poinformowano go o mechanizmie wyznaczania zysku, o wszystkich czynnikach mających wpływ na ten zysk, o minimalnym gwarantowanym poziomie zysku ani o możliwości poniesienia straty i jej wysokości. Z drugiej strony poinformowano mojego Mocodawcę o 100%-owej ochronie kapitału, co jest niezgodne z prawdą. Mój Mocodawca nie otrzymał żadnej informacji ani o sposobie udostępnienia wyników inwestycji, ani o przejrzystym mechanizmie wyceny inwestycji, ani o faktycznej wysokości gwarantowanych środków bądź przejrzystych mechanizmów wyznaczania kwoty środków objętych gwarancją określoną kwotowo” (dowód: karta nr 2167),
- „Podkreślam, że nie było mowy o dodatkowych opłatach” (dowód: karta nr 2175),
- „W pliku podpisywanych różnych dokumentów, podpisałam również według zapewnień i ustaleń z pracownikiem w/ Banku przystąpienie do produktu (...) na zasadach, o których w rozmowie z pracownikiem Idea Banku na pewno nie byłam informowana, choć kontaktów było więcej niż jedna wizyta w Placówce Banku” (dowód: karta nr 2176),
- „Okres inwestycji miał trwać 6 miesięcy, a nie 10 lat” (dowód: karta nr 2183),
- „W dniu ... przy okazji wizyty w sprawach rachunku bankowego prowadzonego przez Państwa doradca zatrudniony w ww. oddziale zaproponował mi „atrakcyjny produkt emerytalny”, w ramach którego miałem mieć możliwość bezpiecznego oszczędzania na emeryturę oraz ubezpieczenie na życie w kwocie ... zł. Zgodnie z zapewnieniami Państwa pracowników otwierany przez mnie rachunek emerytalny (konto emerytalne) miał gwarantować pełną ochronę wpłaconego kapitału przy jednoczesnej możliwości korzyści podatkowych (brak „podatku Belki”, odpis od podatku wpłacanej na emeryturę kwoty). Zachęcony możliwością takiego oszczędzania złożyłem wnioski o przystąpienie do promocji „Promocja święteczna”, „(...) ostateczna kwota wypłaty będzie nie mniejsza niż wysokość składki zainwestowanej, która w moim wypadku wynosi (zgodnie z informacją z listu) 50.000 zł. (...) Doradca w oddziale Banku zapewniał mnie, że ochroną objęty jest cały wpłacony przeze mnie kapitał (składki do zainwestowania). Z prostego rachunku wynika, że kwota objęta ochroną powinna wynieść 70,619,79 zł (120 x 500,99 zł + 10 599 zł), a nie 50.000,00 zł”, „(...) na moim rachunku na dzień ... zgromadzona była jedynie kwota 3.265,23 zł, w sytuacji gdy do tego dnia dokonałem wpłaty na kwotę 13.506,93 zł i taka kwota powinna być zainwestowana, o czym zapewniał mnie Państwa doradca wskazując nawet wzór matematyczny zawarty w regulaminie” (dowód: karty nr 2186-2187),
- „zgłosiłam się do placówki Banku mieszczącej się przy ul. ... w celu przedłużenia lokat (...) Po przedstawieniu oferty nie zdecydowałam się na zawarcie umowy. Prosiłam o ulokowanie środków na kolejne 12 miesięcy na lokacie bankowej. (...) gdy zgłosiłam się do placówki Banku z myślą o wypłacie środków, zostałam poinformowana, że moje środki zostały zainwestowane w produkt ubezpieczeniowy” (dowód: karty nr 2190-2191),
- „Dużym plusem oferty była dla mnie możliwość bezkosztowej rezygnacji z ubezpieczenia po 6 miesiącach polisowych. Według wyjaśnień pana ... ewentualna rezygnacja z ubezpieczenia po 6 miesiącach gwarantowała zwrot 100% zaangażowanego kapitału (...)”, „Zdecydowałam się na podpisanie umowy, po trwającej około 90 min. rozmowie z panem ..., ponieważ opisywany produkt wydawał mi się atrakcyjny, przedstawione mi ulotki i informacje o średniorocznej stopie zwrotu za lata 2007 – luty 2012 prezentowały się bardzo obiecująco” (dowód: karta nr 2195),

- „doradca niestety potwierdziła moje najgorsze obawy, że w razie rezygnacji z ubezpieczenia, mimo upływu 10 miesięcy nie otrzymam zwrotu 100% kapitału, a jedynie znacznie „okrojona” jego część”, „Sytuacja zmieniła się jednak diametralnie, gdy niedawno, w trakcie wizyty moich znajomych i pogawędce o różnych sprawach okazało się, że korzystali oni z podobnej oferty i po złożeniu rezygnacji z ubezpieczenia zamiast spodziewanego zwrotu kapitału otrzymali zaledwie jakąś śmieszna małą część. Wzbudziło to mój niepokój i postanowiłem sprawdzić jak sprawy wyglądają w moim wypadku. W rozmowie telefonicznej z Oddziałem w (...) poradzono mi skontaktowanie się z aktualnym doradcą” (dowód: karta nr 2196).

- „Natomiast w trakcie rozmowy Pan ... przedstawił tą lokatę jako najlepszy sposób oszczędzania.”, „(...) w trakcie rozmowy (...) przedstawił tą lokatę jako najlepszy sposób oszczędzania (...) Podpisując deklarację byłam przekonana, że podpisuję normalną lokatę” (...) „gdyby Pan (...) powiedział mi, że nie jest to typowa lokata i że już na początku oszczędzania muszę najpierw zapłacić koszty za cztery lata w wysokości 12%, a przy tym nie mam gwarancji uzyskania nawet zadeklarowanej kwoty, nie podpisałbym takiej umowy”, „Nic nie wspomniał, ani o kosztach przystąpienia do ..., ani o ryzyku nie otrzymania zadeklarowanej kwoty na koniec okresu oszczędzania. Wręcz przeciwnie, zapewniał mnie, że w każdej chwili będę mogła zrezygnować z lokaty i, że w najgorszym razie otrzymam zwrot 100% wartości tzn. ...” (dowód: karta nr 2200),

- „W dniu ... zgłosiłam się do Idea Banku przy ulicy ... w celu przedłużenia lokaty terminowej. W w/w Banku miałam lokatę terminową na ... złotych” (dowód: karta nr 2214),

„Oprócz sposobu podpisania umowy o świadczenie ww. usług, który kwalifikuje się jako wyłudzenie, obsługa ww. produktów nie spełnia warunków umowy. Chodzi min. o kontakt z opiekunem, doradcą – nie ma takiego. Nasze maile i telefony pozostają bez odpowiedzi”. „Bezsilni po miesiącach bezskutecznych kontaktów z Państwem jesteśmy zmuszeni przekazać sprawę do UOKiK i Komisji Nadzoru Bankowego. W przypadku negatywnej lub braku odpowiedzi z Państwa strony do (...) zgłosimy tę sprawę również na policję w związku z popełnieniem przestępstwa” (dowód: karta nr 2220),

- „Odwołując się do praktyk przejrzystej sprzedaży produktów oraz dyrektyw MIFID zaznaczam, iż nie poinformowano mnie o konsekwencjach rozwiązania umowy przed jej zakończeniem, minimalnym, gwarantowanym zysku (gdyż do tej pory korzystałem jedynie ze standardowych lokat terminowych), mechanizmie wyliczenia zysku, sposobie udostępniania wyników inwestycji. Nadto sprzedawca nie wyjaśnił mi czym jest ten produkt i jak działa. Nie poinformowano mnie przede wszystkim o innych możliwych sposobach pomnażania kapitału, tylko od razu zaoferowano ten jako najlepszy instrument, co wydaje się dosyć wątpliwe”, „Nie poinformowano mnie też o ryzyku związanym ze spadkiem wartości indeksów, ryzyku utraty części składki jednorazowej, ryzyku wynikającym z ograniczonej płynności produktu. Nadto poinformowano mnie o 100%-owej ochronie kapitału, co jest niezgodne z prawdą, od tej zasady istnieją istotne wyjątki. Nie poinformowano mnie o ryzyku inwestycyjnym oraz o tym, że wartość funduszy może zostać dobrowolnie określona przez agenta kalkulacyjnego. A także o tym, że wartość udziału jednostkowego może ulegać istotnym zmianom w trakcie trwania okresu ubezpieczenia” (dowód: karta nr 2227),

- „Na moje, wielokrotne ponawiane w czasie spotkania pytania o dodatkowe opłaty i obciążenia ... w najbliższym czasie, w tym o stosowaną tabelę tych opłat – odpowiedź jednoznacznie brzmiała: nie będzie żadnych dodatkowych opłat, wszystko zostanie pokryte w ramach dokonanych wpłat, proszę się o nic nie martwić – słowem nie wspomniał o konieczności wpłaty o tej samej wysokości do banku .. jak na starcie polisy ..., co rok, przez następne 10 lat – to dopiero wyszło na jaw o wiele później” (dowód: karta nr 2229).



- „W dniu ... w oddziale Idea Banku ... spotkałam się z bankierem Idea Banku Panem ... w celu założenia 3-mies. lokaty bankowej (...) w kwocie ... zł”. (...) „Wierząc, że nadrzędną zasadą pracowników zatrudnionych w banku jest uczciwe i rzetelne informowanie klientów o proponowanych produktach finansowych, związanym z nimi ryzyku, opłatach i kosztach podpisałem deklarację przystąpienia do UFK (...) i przelałem na wskazane konto bankowe ... zł”, „Dnia .... podczas spotkania w w/w oddziale Idea Banku z innym bankierem, ... w celu uzyskania informacji na temat warunków umorzenia polisy UFK ... oraz likwidacji Rachunku dowiedziałem się, że zostałem wprowadzony w błąd przez .... (na dzień dzisiejszy zamiast zysku 4,13% netto na 3 mies. lokacie straciłem ok. 3000 zł). Pan ... świadomie nie poinformował mnie o wszystkich szczegółach związanych z proponowanym produktem oraz kosztach związanych z rezygnacją po upływie 3-4 miesięcy na które chciałem ulokować swój kapitał” (dowód: karta nr 2241),

- „Doradca bankowy gwarantował, że jest to produkt w pełni elastyczny, że po roku obniżymy składki i, że dobrze ulokowałem swoje środki. Po dostarczeniu mi pakietu powitalnego i polisy we wrześniu 2012, .... dalej podtrzymywała, że mogę obniżyć składkę. Mój niepokój wzbudziła informacja udzielona mi przez infolinię ..., gdzie pracownik w sposób jasny, powiedział mi, że obniżenie składki z 12.000 PLN rocznie do 3.600 PLN nie jest możliwe w tym produkcie, a jeśli nie zapłacę składki polisa zostanie rozwiązana z mojej winy i stracę prawie wszystkie zgromadzone środki. (...) Wiedząc o tym że mój produkt jest produktem dziesięcioletnim oraz, że ulokowane środki, dofinansowujące w przyszłości moją emeryturę będą ulokowane bezpiecznie, jak i również, że w każdej chwili będzie możliwość obniżenia składki z poziomu 12.000 zł rocznie na 3.600 rocznie zdecydowałem się na wyżej wspomniany produkt. Jednak w momencie gdy okazało się, że takie obniżenie składki wiąże się z zerwaniem umowy i utratą wszystkich zgromadzonych środków nigdy bym się nie zgodził na takie rozwiązanie”, „(...) odbyłem spotkanie z doradcą z banku (...), która doradziła mi podpisanie produktu oszczędnościowo-ubezpieczeniowego (...), zapewniając, że jest to najlepsze rozwiązanie na rynku finansowym, charakteryzujące się wysoką elastycznością wpłat”, „Człowiek nie znający prawa bankowego czy ubezpieczeniowego, korzystający z usług doradcy w Banku jest święcie przekonany, że osoba która doradza – robi to tak, aby klient przede wszystkim odniósł korzyść, jak i był poinformowany o wszystkich warunkach, aspektach ubezpieczenia, a przede mną zostało to ewidentnie zatajone” (dowód: karta nr 2248),

- „Dnia ... złożyłem wizytę w Banku ... w celu założenia lokaty 3-6 miesięcznej” (dowód: karta nr 2260),

- „Najbardziej rażącym faktem na nierzetelne przedstawienie inwestycji było okłamanie mnie w sprawie ewentualnego wycofania się z inwestycji w pierwszych miesiącach trwania programu. (...) Byłem świadom wyjścia z programu w pierwszym roku i ciężką konicnością potrącenia 80% od Wartości Rachunku. Jednak pan ... przedstawił mi termin „Wartość Rachunku” jako kwotę już zlewarowaną, czyli pięciokrotność wpłaconych przeze mnie środków!” (dowód: karta nr 2267),

- konsument w skardze poinformował, że po spotkaniu w sprawie przystąpienia do ubezpieczenia drogą poczty elektronicznej otrzymał pismo potwierdzające korzyści, jakie może osiągnąć z produktów „Bardzo dziękuję za spotkanie i czas jaki mi Pan poświęcił. Wychodząc naprzeciw Pana oczekiwaniom pragnę podsumować nasze spotkanie. Rozmawialiśmy o rozwiązaniach bezpiecznych, a jednocześnie umożliwiających uzyskanie stopy zwrotu przewyższającej oprocentowanie dostępnych na rynku lokat bankowych. Kwota (...) zostanie ulokowana na lokatę 2 miesięczną oprocentowaną na poziomie ...%. Pozostała suma ... zł będzie zainwestowana w bardzo bezpieczny i przewidywalny strategicznie sposób, mianowicie w program obligacyjny. Spodziewamy tu się stopy zwrotu w okolicach ... %. Umowę niniejszego rozwiązania mieliśmy przyjemność podpisać dziś

popołudniu. Podsumowując, rozwiązanie jest bezpieczne, nieograniczające Pana płynności finansowej, dające Panu gwarancję zysku i ochronę kapitału” (dowód: karta nr 2269),

- „W dniu ... na spotkaniu z Państwa doradcą ... w obecności ... rozmawialiśmy o 12 miesięcznej lokacie ... jak i powiązaniem z lokatą ubezpieczeniem, obowiązującym na taki sam okres. (...) Byłem przekonany, że uzgodnienia te znajdą odzwierciedlenie w umowie ubezpieczenia i dlatego też ufając Państwa pracownikowi nie przyszło mi nawet do głowy żeby sprawdzać jej wszystkie szczegóły przed podpisaniem” (dowód: karta nr 2272),

„(...) jako „wyjątkowy klient banku” – otrzymałam telefon z Idea Banku, że mogę wyjątkowo atrakcyjnie ulokować posiadane środki, ale szczegóły dostępne są tylko na spotkaniu z doradcą w oddziale banku (...) Na wstępie rozmowy z przemiłym (i jakże „skromnym”) doradcą, od razu zaznaczyłam, że środki mogę ulokować maksymalnie do pół roku i tylko w bezpieczne instrumenty finansowe tzn. lokatę ponieważ nie mogę ryzykować (i nigdy tego nie robiłam) ...” - „Doradca zaproponował mi produkt, jego zdaniem świetny i cytuję jego słowa: „tylko szybko zdecydować się bo właściwie to on już się skończył no ale on-czyli doradca-ma jeszcze możliwość mi to załatwić”. „Chodziło o podział środków pół na pół tzn. połowa z nich idzie na wysoko oprocentowaną lokatę na trzy miesiące a druga na lokatę sześciomiesięczną, ale już z niższym oprocentowaniem i przez pół roku jest „nie do ruszenia” a po upływie tego terminu można bezkosztowo z tego wyjść” „Opowiedział jeszcze, że jeśli jednak będę mogła dłużej wpłacone środki utrzymać na tej lokacie to co kwartał będę dostawała przelew wypracowanych przez nie zysków na mój wskazany w tym celu rachunek bankowy – do dnia dzisiejszego czyli ... żadnej wpłaty nie było” (dowód: karta nr 2278-2279),

- „Gdybym została poinformowana o opłatach, o których nie byłam informowana i które nie zostały mi przedstawione – nigdy bym nie zdecydowała się na taką „inwestycję” jak ubezpieczenie!!! (...) Doradca ani słowem nie wspomniał o pobieranych opłatach za zarządzanie przez pierwsze sześć miesięcy co miesiąc – o żadnych opłatach nie wspomniał nawet! – do tej nie otrzymałam żadnej tabeli prowizji i opłat (...). Logując się w ... - po otrzymaniu certyfikatu – do tego systemu ujrzałam jak stopniały moje życiowe oszczędności!!!” (dowód: karty nr 2280, 2282, 2283),

- „Człowiek nie znający prawa bankowego korzystający z usług doradcy jest święcie przekonany, że osoba, która doradza robi to w sposób rzetelny i z należytą starannością tak, aby klient wiedział, do czego przystępuje i był poinformowany o wszystkich warunkach i możliwych aspektach ubezpieczenia, bądź lokaty, a przede mną zostało to ewidentnie zatajone!!!” (dowód: karta nr 2281),

- „Jestem osobą w podeszłym wieku, gdyż mam 67 lat i nigdy nie podjąłbym decyzji o zamrożeniu środków na lat 10, gdyby nie zapewniono mnie o możliwości wcześniejszej rezygnacji bez ponoszenia kosztów”, „Przez pracownika ... zostałem ustnie zapewniony, iż wpłacony przeze mnie kapitał jest w 100% zabezpieczony i może być wypłacony w pełnej wysokości po upływie 6 m-cy bez żadnych opłat. Zresztą byłem przez cały czas zapewniany, że produkt ... polega głównie na ochronie kapitału w całości” (dowód: karta nr 2286),

- „Obecnie po stwierdzeniu jak ogromne opłaty są ode mnie pobierane i jak duże koszty będę musiał ponieść w związku z rezygnacją z tego produktu stwierdzam, że ewidentnie zostałem wprowadzony w błąd przez pracownika banku zapewniającego mnie o możliwości zwrotu kapitału w całości i to po upływie 6 m-cy tym bardziej, iż dopiero z doręczonej mi w dniu ... tabeli opłat i limitów dowiedziałem się, że okres ubezpieczenia wynosi 10 lat” (dowód: karta nr 2287),

- „Na rachunku co miesiąc pobierana jest kwota około 5 tysięcy złotych i w związku z tym stan konta jest znacznie mniejszy” (dowód: karta nr 2290),

- „Za sugestią ... zdecydowałem się na 10-letni produkt depozytowo-ubezpieczeniowy Idea Bank i ... o nazwie ..., który wg oferującego miał dawać roczne zyski na poziomie ok. 8%.

Zdecydowałem się w to zainwestować ... zł. W między czasie do rozmowy włączył się ..., który stwierdził, że może zaoferować długookresową lokatę o rocznych zyskach przekraczających 10% (w rozmowie padały uwagi o możliwości uzyskania zysku z przedziału nawet 15-20% rocznie). Swoje przekonanie o tak wysokich zyskach ... opierał na swoich wieloletnich obserwacjach wahań giełdowych i wykorzystaniu unikalnego programu komputerowego (który zademonstrował), który wg niego pozwalał na wyprzedzające transfery składników portfela inwestycyjnego w cyklach „hossa-bessa” na giełdzie. (...) za kilka dni spotkaliśmy się z ... i za jego sugestią zdecydowaliśmy się na produkt Idea Bank ... o nazwie ... (...) Przy prognozowanym i obiecywanym zysku na lokacie 10-letniej na poziomie powyżej 10% średniorocznie (była mowa nawet o 20%) ...” (dowód: karta nr 2302),

- „produkt do którego przystąpiłem obowiązuje nie na rok, ale na lat dziesięć. W moim wieku a mam lat 70 nie przystępuje się do inwestycji na lat 10 bo nie wiadomo czy się tego dożyje” (dowód: karta nr 2313),

- „w dniu (...) na spotkaniu z Bankierem Idea Bank ... założyłam 2 lokaty, które miały być krótkoterminowe dostępne w każdej chwili bez utraty odsetek (...) W momencie potrzeby wycofania lokat zadzwoniłam na infolinię Idea Bank, informując o rezygnacji z lokat w dniach ..., gdzie dowiedziałam się, że lokata jest tylko jedna” (dowód: karty nr 2588-2589),

- „Przez cały czas naszego spotkania podkreślałem, iż stoję przed wyraźną perspektywą zainwestowania moich oszczędności w nieruchomości i że możliwym była nagła potrzeba spieniężenia wszystkich moich oszczędności na wspomniany cel. Początkowo zainteresowany byłem jedynie krótkoterminową lokatą z atrakcyjnym rynkowo oprocentowaniem (...)” „Cały czas podczas naszego dwukrotnego spotkania pan (...) wykrętnie odpowiadał na moje pytania i wątpliwości wykorzystując moją niewiedzę nt. rynków finansowych” (dowód: karta nr 2600),

- „w momencie podpisania Umowy Kredytowej w Idea Bank, doradca Banku wprowadził nas w błąd, informując, że w/w ubezpieczenie w firmie ... jest bezpośrednio związane z ubezpieczeniem Kredytu i jest to opłata obowiązkowa do w/w Kredytu”. (dowód: karta nr 2633),

- „(...) prosiłam o przedstawienie produktów, które pozwolą mi w dłuższym okresie inwestowania zwiększyć swój kapitał bez ponoszenia jakiegokolwiek ryzyka straty. W rozmowach z (...) kilkakrotnie podkreślałam fakt, iż nie interesują mnie produkty, które nie gwarantują co najmniej zwrotu zainwestowanych pieniędzy” (dowód: karta nr 2678),

- „W dn. ... niespodziewanie na mój telefon domowy konsultant z IDEA Bank SA w Warszawie złożył mnie ofertę reklamową na założenie lokaty korzystnej 10% i po moim potwierdzeniu mojego zainteresowania tą ofertą umówił mnie na spotkanie z pracownikiem Oddziału Idea Bank SA ...”, „Pokazała symulację finansową zysków w okresie 5 lat i dalej manipulowała tabelkami i wykresami z bardzo korzystnym zyskiem. Zapewniała, że w razie pilnej potrzeby będzie można zrezygnować z tego ubezpieczenia i moją stratą będzie utrata odsetek z tytułu zainwestowanego ubezpieczenia” (dowód: karta nr 2851).

- „(...) wielokrotnie wskazywał na możliwość wycofania pieniędzy z zyskiem dla mnie już po upływie pierwszych 6 miesięcy” (dowód: karta nr 2880).

### **Stosowane dokumenty związane z przystąpieniem konsumentów do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi**

W trakcie postępowania administracyjnego ustalone zostało, że sprzedawcy oferujący przedmiotowe produkty otrzymują drogą wewnętrzną pocztą elektroniczną informacje o ubezpieczeniach grupowych na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi, znajdujących się w ofercie Banku (dowód: karty nr 35-114). Informacje takie są wysyłane do sprzedawców od 2011r. (dowód: karta nr 34). Dotyczą one m.in. cech jakie

posiadają produkty. Ważność części z przekazywanych informacji jest podkreślona w następujący sposób: „*Co wyróżnia ... od pozostałych ...*” (dowód: karta nr 73), „*Najważniejsze korzyści*” (dowód: karta nr 51), „*Do najważniejszych zalet produktów ... należą*” (dowód: karty nr 46, 52, 56, 60, 66, 81, 88), „*Najważniejszy argument dla klienta*” (dowód: karta nr 79). Dodatkowo sprzedawcy otrzymują różnego rodzaju wykresy, na których zestawiane są przyjmowane wartości funduszków z indeksem WIG20 (dowód: karty nr 36-40, 42, 45, 49, 51, 57,-58, 61-62, 67-68, 82-83, 89-90, 97). W wyniku oceny dostarczonych dokumentów zostało stwierdzone, że nie zawierają informacji dotyczących ryzyk, zagrożeń, z którymi muszą się liczyć konsumenci.

Bank w sprawie poszczególnych oferowanych od 2011r. produktów dostarcza sprzedawcom materiały szkoleniowe - prezentacje. Przyjmują one formę wydruków slajdów (dowód: karty nr 442-457, 471-486, 500-515, 546-568, 584-607, 622-648, 664-693, 707-730, 745-776, 791-810, 826-845, 861-880, 895-915, 929-956, 970-986, 998-1016, 1028-1048, 1059-1079, 1091-1113, 1124-1147, 1158-1181, 1195-1214, 1227-1246, 1269-1285, 1310-1328, 1350-1369, 1387-1402, 1414-1429, 1441-1471). Na końcu przedmiotowych prezentacji zamieszczono informacje dotyczące sposobu interpretowania sformułowania pojęcia „100% ochronę kapitału”, a także informacje o ryzykach prawnych i ryzykach związanych z cechami inwestycyjnymi produktów (dowód: karty nr 456-457, 485-486, 514-515, 566, 603-604, 641-642, 685, 728, 773-775, 808-810, 843-845, 878-880, 912-915, 948, 984-985, 1014-1016, 1044-1045, 1075-1079, 1107-1113, 1140-1144, 1174-1179, 1210-1214, 1243-1246, 1282-1285, 1328, 1364, 1400-1402, 1427-1429, 1468-1471). W oparciu o dostarczone dokumenty ustalono, że informacje o ryzykach oraz charakterze prawno-inwestycyjnym produktów obejmują znacznie mniejszą część przedmiotowych prezentacji niż informacje na temat ewentualnych korzyści.

Bank przedstawił informacje o podjętych w roku 2013 formalnych czynnościach mających na celu poprawę jakości prowadzenia sprzedaży przedmiotowych produktów (dowód: karty nr 2330, 2334). Ustalono, że Zarząd Banku przyjął następujące regulacje dotyczące oferowania produktów ubezpieczeniowo-inwestycyjnych:

1. Uchwała nr 47/02/2013 z dnia 25 lutego 2013 r. w sprawie zatwierdzenia kwestionariusza o nazwie: „Analiza Finansów Osobistych” (dowód: karty nr 2456-2460). Brzmienie i sposób stosowania tego dokumentu zostaną omówione w dalszej części;

2. Uchwała nr 85/07/2013 z dnia 31 lipca 2013 roku w sprawie zatwierdzenia „Polityki sprzedaży produktów bancassurance” (dowód: karty nr 2343, 2463-2469, 2333-2334). Bank stwierdził, że ww. dokument określa przyjęte zasady postępowania oraz standardy w zakresie wdrażania i oferowania produktów ubezpieczeniowo-inwestycyjnych. Dokument ten, precyzuje zarówno warunki, jakie spełniać ma produkt ubezpieczeniowo-inwestycyjny, aby mógł on się znaleźć w ofercie Banku, jak i wskazuje w jaki sposób ma on zostać zaoferowany klientom Banku. Rozdział III ww. dokumentu jasno wskazuje, że Bank oczekuje od osób oferujących i dystrybuujących jego produkty przekazywania klientom pełnej informacji ustnej, materiałów informacyjnych oraz dokumentacji przed przystąpieniem klienta do produktu. Podmioty oferujące produkty Banku zobowiązane są do weryfikacji przed zaoferowaniem produktu klientowi, czy proponowany produkt trafia w potrzeby klienta, przy uwzględnieniu posiadanej przez sprzedawcę wiedzy i doświadczenia;

3. Uchwała nr 05/10/2013 z dnia 01 października 2013 roku w sprawie zatwierdzenia wyników przeglądu oferowanych produktów ubezpieczeniowych o charakterze inwestycyjnym pod kątem rekomendacji Komisji Nadzoru Finansowego oraz zaleceń Rady Nadzorczej (dowód: karty nr 2351, 2470);

4. „Procedura sprzedaży produktów inwestycyjnych oraz inwestycyjno-ubezpieczeniowych w Idea Bank S.A.” zatwierdzona uchwałą nr 88/11/2013 z dnia 29 listopada 2013 r. (dowód: karty nr 2471-2478). Przedmiotowy dokument określa schemat postępowania sprzedawcy od ustalenia danych personalnych klienta, aż do weryfikacji jakości realizacji sprzedaży produktów. Dokument w sposób schematyczny przedstawia czynności rejestracyjne jakie jest obowiązany dokonać sprzedawca względem Banku oraz obowiązki informacyjne względem klienta;

5. „Księga Standardów Obsługi Klienta Idea Bank” zatwierdzona zarządzeniem nr 10/2013 Członka Zarządu Idea Bank SA z dnia 23 grudnia 2013r. (dowód: karta nr 2479-2496). Z wyjaśnień Banku wynika, że dokument ten został stworzony w celu przybliżenia współpracownikom i pracownikom Banku oczekiwań Spółki w zakresie obsługi jego klientów. W przystępny sposób zwraca współpracownikom i pracownikom Banku uwagę na duże znaczenie etycznej sprzedaży, dopasowania produktu do faktycznych potrzeb klienta oraz przekazywania mu wszystkich związanych z produktem informacji, zarówno w zakresie oczekiwanych korzyści, jak i kosztów. W dokumencie tym przygotowane zostały tematy i propozycje krótkich pytań, które mogą być wykorzystane przez pracowników w trakcie spotkania w celu dokonania analizy sytuacji klienta, w szczególności dotyczy sytuacji finansowej. Jedną z jego części zawiera następujące porady dla sprzedawców: sugerowano, aby przed prezentacją korzyści, najpierw poznać potrzeby klienta, zalecono wykorzystanie wszystkich narzędzi sprzedażowych, czyli wizualizacji, rysunków, przykładów, oraz korzystanie z materiałów promocyjnych przygotowanych przez Departament Marketingu. Jednocześnie w dokumencie zastrzeżono konieczność dokładnego omówienia z klientami zasad funkcjonowania produktów. Zwrócono uwagę, aby mówić prawdę, nie wprowadzać klientów w błąd (dowód: karty nr 2489-2491).

Prezes Urzędu dokonał oceny ww. dokumentów oraz przedstawionych wyjaśnień. Stwierdzono, że Bank przedstawił jedynie dokumenty, które w sposób ogólny określają schemat postępowania sprzedawców, przy czym nie gwarantują zmiany sposobu prezentowania produktów konsumentom. Nie zostały dostarczone żadne dokumenty potwierdzające procedury kontrolne mające na celu potwierdzenie poprawy jakości obsługi, w tym w szczególności w zakresie przekazywania informacji o ryzykach, z jakimi wiążą się oferowane produkty.

Bank wskazał również, że zawarł z ubezpieczycielami dodatkowe porozumienia w sprawie określenia standardów obsługi klienta, których przedmiotem jest podjęcie wspólnych działań mających na celu udoskonalenie zasad obsługi klienta w oparciu o zalecenia „III Rekomendacji dobrych praktyk na polskim rynku bancassurance w zakresie ubezpieczeń z elementem inwestycyjnym lub oszczędnościowym” (dowód: karta nr 2331). Bank przedstawił przedmiotowe porozumienia (dowód: karty nr 2503 – 2527). Pierwsze z tych porozumień zostało zawarte 30 stycznia 2013r. (dowód: karta nr 2503). Z dostarczonych dokumentów wynika, że przedsiębiorcy zamierzają podjąć działania mające na celu udoskonalenie zasad obsługi klienta. W szczególności ma to dotyczyć dokonywania należytej analizy profilu klienta w celu doboru najbardziej dla niego adekwatnego produktu, dostarczenia wszystkim zainteresowanym rzetelnych informacji na temat produktu, zasad jego działania, okresu ochrony oraz praw i obowiązków klienta. Przedsiębiorcy zadeklarowali również stosowanie instrumentów promocji i oferowania produktów, które zawierać będą jasne i rzetelne treści nie wprowadzające klientów w błąd.

Z powołanych powyżej porozumień wynika, że w celu zapewnienia klientom spójnego zakresu informacji przed podjęciem przez nich decyzji o wyrażeniu zgody na objęcie ochroną

ubezpieczeniową lub o zawarciu umowy ubezpieczenia rozważana będzie możliwość przygotowania materiałów obrazujących działanie poszczególnych produktów, ze szczególnym uwzględnieniem różnych scenariuszy występujących na rynku finansowym (dowód: karty nr 2504, 2508, 2512, 2515, 2519, 2514). Dopuszczenie prezentowania symulacji przyszłych wyników inwestycyjnych przewiduje również dokument „polityka sprzedaży Bancassurance”. Jednocześnie zastrzeżono, że w takich dokumentach musi być zawarta jasna informacja o założeniach symulacji oraz, iż przedstawione prognozy nie stanowią gwarancji osiągnięcia podobnych wyników w przyszłości (dowód: karta nr 2466-verte).

Bank w trakcie postępowania dostarczył przykładowy komplet dokumentów, z jakimi zapoznaje się konsument, m.in. komplet dokumentów w sprawie przystąpienia konsumenta do ubezpieczenia grupowego na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym w dniu 30 września 2013r. Prezes Urzędu w oparciu o dostarczone dokumenty ustalił, że wprowadzone do stosowania zostały założenia przewidziane w ww. porozumieniach oraz dokumentach wewnętrznych.

W związku z przystąpieniem konsumentów do ubezpieczeń stosowane są różne dokumenty, w zależności od indywidualnych cech produktów, towarzystwa ubezpieczeniowego, którego one dotyczą. W wyniku analizy dokumentów zgromadzonych w postępowaniu stwierdzono, że były lub są stosowane następujące dokumenty omówione poniżej.

1. Konsumenti własnoręcznymi podpisami składanymi na dokumentach pn. „deklaracja przystąpienia”, „deklaracji zgody” oraz załącznikach (dowód: karty nr 2403-2407, 2544-2549, 2812-2814, 2828, 2831, 2906, 2927-2928) potwierdzają m.in. zgodę na objęcie ich ubezpieczeniem, zapoznanie się z opłatami, warunkami ubezpieczenia, regulaminem. Informacje dot. braku gwarancji osiągnięcia celu inwestycyjnego, jakim jest powiększenie wartości Aktywów Ubezpieczeniowego Funduszu Kapitałowego, w niektórych przypadkach były zawarte w oddzielnym dokumencie „Deklaracji przystąpienia” (dowód: karty nr 2812-2813). W innym przypadku w dokumencie pn. Deklaracja przystąpienia została zawarta jedynie informacja, że ryzyko inwestycyjne związane z przystąpieniem do Ubezpieczenia ponosi konsument, a towarzystwo ubezpieczeń nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne straty i utracone korzyści (dowód: karta nr 2827). Z przekazanych przez Bank w trakcie niniejszego postępowania informacji wynika, że konsumentom są również przedstawiane do podpisu niezależne dokumenty pn. „Oświadczenia Ubezpieczonego” (dowód: karty nr 2405-2406). Zawierają one informacje, dotyczące m.in. następujących spraw: okresu ubezpieczenia, stawki procentowej Wartości rachunków udziałów mających zastosowanie w przypadku rezygnacji z ubezpieczenia, celu Funduszu, ryzyk inwestycyjnych, tego, że ubezpieczenie nie jest lokatą bankową.

2. Prezes Urzędu ustalił, że konsumenci są zapoznawani z cechami produktów za pośrednictwem wzorów podpisywanych oświadczeń, wykresów, przykładów. Zalecenie ich stosowania wynika m.in. z wcześniej omówionej Księgi Standardów Obsługi Klienta. Faktyczne przedstawianie konsumentom wykresów przy podejmowaniu decyzji zostało potwierdzone przez Bank. Konsumentowi były przedstawiane wykresy mające na celu zilustrowanie zasad określania Wartości rachunku udziałów oraz Udziału w zysku Ubezpieczonego na podstawie przykładowych danych (dowód: karty nr 2408, 2409). Dokumenty te stanowiły załączniki do Deklaracji zgody.

a) Pierwszy z dokumentów Zawierał następujące informacje „Przykład: Wartość Składki Jednorazowej: 10 000,00 zł, z czego 9 990,00 zł podlega alokacji do Funduszu, a 10,00 zł stanowi Składkę za ryzyko. Poniższy wykres został sporządzony w oparciu o: 1. cztery

*przykładowe wartości udziału w zysku w wysokości 0%, 8,1%, 16,2% oraz 24,3% Składki Jednorazowej 2. przykładowe oprocentowanie środków Funduszu równe iloczynowi stawki WIBOR3M w wysokości 3,75% i liczby 0,025, i założeniu, że żadne z ryzyk wskazanych w Regulaminie Funduszu nie wystąpiło”.*

Na wykresie słupkowym przedstawiona została zasada działania produktu w różnych scenariuszach występujących na rynku finansowym w następujący sposób: określono wartość środków pieniężnych, które wpłaca konsument w ramach składki jednorazowej oraz wartość udziału w zysku. Pierwszy ze słupków obrazuje wartość Składki jednorazowej, następny obrazuje sposób rozdysponowania tej składki na składkę za ryzyko oraz składkę jednorazową podlegającą alokacji. Kolejne słupki przedstawiają wielkości „Wypłata na koniec Okresu ubezpieczenia – Przykładowe wysokości udziałów zysków wynoszących 0%, 8,1%, 16,2% oraz 24,3% Składki Jednorazowej. Przy każdym wykresie podane są konkretne wartości wypłat oraz wartości zysku.

Poniżej wykresu zamieszczono wyjaśnienia: „Przedstawiony wykres zawiera przykładowe wartości i ma na celu jedynie zilustrowanie zasad rozliczenia Wartości rachunku udziałów Ubezpieczonego. Przedstawionego powyżej wykresu nie należy odczytywać jako oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu Cywilnego, ani rekomendacji do złożenia Deklaracji zgody. Przedstawiony wykres jest prezentowany w celach informacyjnych i nie powinien być podstawą podejmowania decyzji inwestycyjnych dotyczących Ubezpieczenia. Ubezpieczenie jest obarczone wskazanym w Regulaminie Funduszu ryzykiem kredytowym i w przypadku jego wystąpienia Wartość aktywów netto Funduszu może ulec zmniejszeniu, w związku z czym Ubezpieczony może ponieść stratę równą części lub całości wpłaconej Składki Jednorazowej podlegającej alokacji w Funduszu. Powyższy wykres został opracowany w oparciu o przykładowe wartości Udziału w zysku oraz o przykładowe oprocentowanie, ... nie gwarantuje osiągnięcia podobnego oprocentowania w przyszłości.

*Zapoznałem/am się z niniejszą Ilustracją zasad rozliczenia Wartości rachunków udziałów Ubezpieczonego na podstawie przykładowych danych” (podpis Ubezpieczonego).*

b) Drugi z załączników miał za zadanie zilustrować Wartości wykupu, opłaconej Składki Jednorazowej oraz Wartości wykupu rachunku udziałów Ubezpieczonego na podstawie przykładowych danych (dowód: karta nr 2409). Zawierał on następujące informacje: *Przykład: Wartość Składki Jednorazowej: 10 000,00 zł, z czego 9 990 zł podlega alokacji do Funduszu, a 10,00 zł stanowi Składkę za ryzyko. Poniższy wykres został sporządzony w oparciu o przykładowe oprocentowanie środków Funduszu równe iloczynowi stawki WIBOR3M w wysokości 3,75% i liczby: 0,025 i założeniu, że żadne z ryzyk wskazanych w Regulaminie Funduszu nie wystąpiło”.*

Wykres w sposób liniowy obrazuje wartości, jakie w kolejnych miesiącach przyjmuje wartość rachunku udziałów oraz wartość wykupu.

Poniżej wykresu zamieszczono wyjaśnienia: „Przedstawiony wykres zawiera przykładowe wartości i ma na celu zilustrowanie Wartości wykupu względem opłaconej Składki Jednorazowej oraz Wartości rachunku udziałów Ubezpieczonego. Przedstawionego powyżej wykresu nie należy odczytywać jako oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu Cywilnego, ani rekomendacji do złożenia Deklaracji zgody. Przedstawiony wykres jest prezentowany w celach informacyjnych i nie powinien być podstawą podejmowania decyzji inwestycyjnych dotyczących Ubezpieczenia. Ubezpieczenie jest obarczone wskazanym w Regulaminie Funduszu ryzykiem kredytowym i w przypadku jego wystąpienia Wartość aktywów netto Funduszu może ulec zmniejszeniu, w związku z czym Ubezpieczony może ponieść stratę równą części lub całości wpłaconej Składki Jednorazowej podlegającej alokacji do Funduszu. Powyższy wykres został opracowany w oparciu o przykładowe oprocentowanie, .... nie gwarantuje osiągnięcia podobnych wyników w przyszłości.

*Zapoznałem/am się z niniejszą Ilustracją Wartości wykupu, opłaconej Składki Jednorazowej oraz Wartości rachunku udziałów Ubezpieczonego na podstawie przykładowych danych”.*

W powyższych opisach wykresów posłużono się pojęciami, które zostały zdefiniowane w Warunkach Ubezpieczenia Grupowego na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym (dowód: karty nr 2412-2414) w następujący sposób:

- Fundusz – Ubezpieczeniowy Fundusz Kapitałowy stanowiący wydzieloną rachunkowo oraz odrębnie inwestowaną część aktywów Towarzystwa Ubezpieczeń tworzoną z alokowanych Składek Jednorazowych pomniejszonych o Składki za ryzyko, zarządzany według strategii inwestycyjnej opisanej w Regulaminie,
- Dzień wyceny – dzień, w którym ustalana jest Wartość udziału jednostkowego. Towarzystwo Ubezpieczeń dokonuje ustalenia Wartości udziału jednostkowego zgodnie z zapisami Regulaminu, w terminach wskazanych w tabeli Opłat i Limitów,
- Wartość rachunku udziałów – wartość Udziałów jednostkowych, zaewidencjonowanych na Rachunku udziałów wyliczona jako iloczyn liczby Udziałów jednostkowych Funduszu oraz Wartości tych udziałów jednostkowych w Dniu wyceny,
- Wartość udziału jednostkowego - wartość aktywów Funduszu podzielona przez liczbę Udziałów jednostkowych zgromadzonych w Funduszu ustalona w Dniu wyceny zgodnie z zapisami Regulaminu,
- Składka Jednorazowa – wpłacana jednorazowo składka z tytułu Ubezpieczenia, co najmniej w wysokości określonej w Deklaracji zgody, nie niższa niż minimalna wysokość Składki Jednorazowej określonej w Tabeli Opłat i Limitów,
- Składka za ryzyko – składka należna Towarzystwu Ubezpieczeń z tytułu udzielenia danemu Ubezpieczonemu ochrony ubezpieczeniowej na wypadek wystąpienia Zdarzenia ubezpieczeniowego,
- Wartość wykupu – kwota wypłacona przez Towarzystwo Ubezpieczeń na zasadach przewidzianych w § 18,
- Udział w zysku – dodatkowa kwota wypłacona w przypadku dożycia przez Ubezpieczonego ostatniego dnia Okresu ubezpieczenia; sposób naliczania Udziału w zysku jest określony w Tabeli Opłat i Limitów;
- Udziały jednostkowe – jednostki, na które został podzielony Fundusz służące do ustalenia Wartości rachunku udziałów oraz udziału Ubezpieczonego w danym Funduszu (dowód: karty nr 2412-2414)

§ 18 pkt 1, 4 i 5 ww. Warunków ubezpieczenia powołany w definicji Wartości wykupu stanowi, że:

1. *Ubezpieczony ma prawo w każdym czasie trwania Okresu ubezpieczenia złożyć dyspozycję wypłaty Wartości wykupu.*
4. *Wartość wykupu stanowi iloczyn umorzonej Wartości rachunku udziałów oraz stawki procentowej Wartości rachunku udziałów właściwej dla Miesiąca polisowego, w którym nastąpił koniec Okresu ubezpieczenia. Stawki procentowe Wartości rachunku udziałów w poszczególnych Miesiącach polisowych zostały określone w Tabeli Opłat i Limitów. Wartość wykupu powiększana jest o część Składki za ryzyko za liczbę dni, w których nie była świadczona ochrona ubezpieczeniowa.*
5. *Wartość wykupu, o której mowa w ust. 4, ustalana jest według Wartości udziału jednostkowego z najbliższego Dnia wyceny, po dacie otrzymania przez Jednostkę obsługującą ubezpieczenie dyspozycji wypłaty Wartości wykupu, następującego nie wcześniej niż 3. Dnia roboczego po otrzymaniu dyspozycji wypłaty Wartości wykupu przez Jednostkę obsługującą ubezpieczenie” (dowód: karta nr 2419).*

Dodatkowo istotne dla niniejszej sprawy są definicje zawarte w Regulaminie funduszu:



§ 2.1 Regulaminu Funduszu *„Wartość udziału jednostkowego – wartość aktywów netto Funduszu podzielona przez liczbę Udziałów jednostkowych zgromadzonych w Funduszu ustaloną w Dniu wyceny, obliczana zgodnie z poniższym wzorem (...)”*.

§ 8.2 ww. Regulaminu *„Udziały jednostkowe umarzane są według Wartości udziału jednostkowego obliczonej na Dzień wyceny wskazany w warunkach ubezpieczenia”*.

§ 8.3 ww. Regulaminu *„Umorzenie jednostek Funduszu polega na zamianie Udziałów jednostkowych na środki pieniężne i jest związane ze zmniejszeniem Wartości aktywów netto Funduszu”* (dowód: karty nr 2428-2430).

3. Ustalono, że opisaną wcześniej uchwałą z dnia 25 lutego 2013r. (dowód: karta nr 2336) został wprowadzony do wykorzystywania przez sprzedawców dokument pn. „Analiza Finansów Osobistych”. Jego stosowanie jest wymagane w przypadku każdego produktu z elementem inwestycyjnym oraz inwestycyjno-ubezpieczeniowym dostępnym w ofercie Banku, dla wszystkich towarzystw ubezpieczeń, z którymi Bank współpracuje. Dokument jest wypełniany na początku spotkania (dowód: karty nr 2456, 2471-2474). Dokument jest stosowany w formie wydruku komputerowego. Zawiera on następujące dane: dane identyfikujące konsumenta, analizę sytuacji finansowej i rodzinnej klienta, analizę profilu inwestycyjnego klienta, profil inwestora – opis profilu, wniosek wyciągnięty na podstawie udzielonych przez klienta odpowiedzi na pytania w następującym zakresie *„na podstawie uzyskanego profilu inwestycyjnego adekwatne będą następujące kategorie produktów ubezpieczeniowych w ramach określonego powyżej profilu inwestora”*, decyzja klienta o zgodzeniu się z wynikiem analizy i wyborem produktu spośród sugerowanych jest odznaczana przez wybór tak lub nie, wskazanie produktu wybranego przez klienta, podpis klienta. Oświadczenie w brzmieniu: *„Oświadczam, że powyższe dane są zgodne z prawdą. Zostałem poinformowany, że udzielenie powyższych informacji jest dobrowolne i odmowa ich udzielenia nie może spowodować odmowy zawarcia np. umowy ubezpieczenia, oraz, że ponoszę w całości ryzyko inwestycyjne związane z podjętą decyzją. Jednocześnie przyjmuję do wiadomości, iż jakiegokolwiek informacje zawarte w tym dokumencie nie mogą być traktowane jako doradztwo inwestycyjne. Oświadczam, iż zostałem poinformowany, że nie udzielenie wystarczających informacji do dokonania oceny, skutkuje brakiem określenia profilu inwestycyjnego i jednocześnie brakiem możliwości wskazania produktu/ów odpowiedniego/ich dla moich potrzeb”* (dowód: karta nr 2411). Ustalono, że kopia ww. dokumentu dla klienta jest wykonywana na jego życzenie (dowód: karty nr 2456-2460).

W sprawie prowadzenia szkoleń pracowników Banku Prezes Urzędu dokonał ustaleń na podstawie wyjaśnień złożonych przez Spółkę opisujących, że szkolenia są prowadzone przez ubezpieczycieli pod nadzorem Banku. Są one nakierowane na przekazanie osobom zaangażowanym w proces sprzedaży szczegółowej wiedzy w przedmiocie konstrukcji produktu i czynników ryzyka z nim związanych, umożliwiającej rzetelne prezentowanie oferty produktowej Banku, dostosowanie jej do potrzeb klientów oraz wyjaśnienie wszelkich ewentualnych wątpliwości zgłaszanych przez klientów. Każdy ze współpracowników zobowiązany jest do zapoznania się i przestrzegania procedur ustanowionych w Banku (dowód: karta nr 2329). Jednak złożone deklaracje nie zostały potwierdzone żadnymi konkretnymi procedurami co do zakresu prowadzenia szkoleń odnośnie informacji przekazywanych konsumentom, czy też weryfikacji wiedzy sprzedawców.

Bank przedstawił informacje o ilości otrzymywanych skarg konsumentów w związku z oferowaniem przedmiotowych produktów (dowód: karty nr 2025-2026).

## **Przychód przedsiębiorcy**

Na podstawie przekazanych informacji i dokumentów ustalono przychód przedsiębiorcy osiągnięty w 2013 roku, który wyniósł (tajemnica przedsiębiorstwa) zł (słownie: (tajemnica przedsiębiorstwa) (dowód: karty nr 2497, 2794-2796).

### **W toku niniejszego postępowania Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

#### **Ad I Stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów**

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w art. 24 ust. 2 stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> ustawy Kodeks postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

W przypadku, gdy doszło do naruszenia art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu zgodnie z art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W przypadku określonym w art. 27 ust. 1 Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

#### **Naruszenie interesu publicznego**

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Działania oparte na przepisach niniejszej ustawy są zatem podejmowane w interesie publicznym, w celu ochrony interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek do uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy oceniane działania godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku i poprzez to powodują zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu. Do naruszenia interesu publicznego dochodzi, gdy skutki określonych działań mają charakter powszechny, dotyczą wszystkich potencjalnych podmiotów na danym rynku<sup>7</sup>.

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z proponowaniem nieokreślonej grupie konsumentów przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. *„W ostatnich latach zaobserwowano systematyczny wzrost liczby dostępnych na rynku finansowym produktów o charakterze inwestycyjnym, które konstruowane są w oparciu o różnorodne formy prawne (np. grupowe ubezpieczenia na życie powiązane z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, certyfikaty inwestycyjne, produkty ustrukturyzowane) i cechują się zróżnicowanym stopniem skomplikowania. Produkty te coraz częściej oferowane są nieprofesjonalnym odbiorcom usług finansowych przez szereg podmiotów, działających w ramach poszczególnych segmentów rynku finansowego, co wiąże się z koniecznością podejmowania przez instytucje finansowe odpowiednich działań,*

---

<sup>7</sup> Konrad Kohutek: Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2008r., strona 47

*mających na celu utrzymanie najwyższych standardów w zakresie konstruowania oferowanych produktów i jakości ich dystrybucji”.* /Stanowisko UKNF w sprawie praktyk sprzedażowych związanych z oferowaniem produktów inwestycyjnych skierowane do podmiotów z rynku bankowego i ubezpieczeniowego (z dnia 26 września 2012 r.), [www.knf.gov.pl/](http://www.knf.gov.pl/).

Biorąc pod uwagę powyższe zostało stwierdzone, iż objęte zarzutem działanie Banku wymierzone jest w szeroki i bliżej nieokreślony krąg uczestników rynku. Jest ono skierowane do członków określonej zbiorowości tj. wszystkich rzeczywistych i potencjalnych kontrahentów przedsiębiorcy. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego.

Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie przedmiotowa przesłanka została spełniona, istniała możliwość poddania zachowania przedsiębiorcy dalszej ocenie pod kątem stosowania przez niego praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Na mocy art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Aby można było stwierdzić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów muszą kumulatywnie zostać spełnione następujące przesłanki:

- oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
- praktyka musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów,
- praktyka musi być bezprawna.

### **Status przedsiębiorcy**

Zgodnie z art. 4 pkt. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez przedsiębiorcę rozumie się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. Z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn. Dz. U. z 2010r. Nr 220, poz. 1447 ze zm.) wynika, że przedsiębiorca jest spółką akcyjną wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą. W rozważanym przypadku podmiot będący stroną postępowania posiada status przedsiębiorcy, gdyż jest to spółka prawa handlowego, która prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego. Zachowania niniejszego podmiotu podlegają zatem kontroli dokonywanej na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

*„Banki to instytucje, których głównym przedmiotem działalności są usługi o charakterze depozytowo-kredytowym (mieszczące się w zakresie typowej, rdzennie bankowej działalności), za pośrednictwem których dokonuje się alokacja środków finansowych w gospodarce. Z jednej strony banki przyjmują na przechowanie środki pieniężne od klientów, dysponując czasowo wolnymi środkami finansowymi (tzw. bierne operacje bankowe, które składają się na działalność depozytową banku), z drugiej zaś strony udostępniają te środki klientom poszukującym kapitału (kredytu) ze względu na czasowy niedobór środków własnych (tzw. czynne operacje bankowe, które składają się na działalność kredytową banku).*

*Zgodnie z powszechnie formułowanym w piśmiennictwie poglądem banki stanowią przedsiębiorstwa o szczególnym przedmiocie działalności, a prawna samodzielność banku jako przedsiębiorcy oznacza, że działa on jako pełnoprawny uczestnik obrotu, uprawniony do nabywania praw i zaciągania zobowiązań we własnym imieniu i na własny rachunek (co wynika z art. 5 ust. 4 pr. bank.). (...)*

*Specyfika działalności bankowej, wynikająca z definicji legalnej banku (art. 2 pr. bank.), wyrażająca się w obciążeniu ryzykiem środków powierzonych pod jakimkolwiek tytułem*

zwrotnym, przesądza także o tym, że bank należałoby traktować jako instytucję zaufania publicznego. Świadczy o tym wiele rozwiązań prawnych, wśród których trzeba wskazać m.in.: unormowanie zasad prowadzenia działalności bankowej; określenie przesłanek, od których spełnienia uzależnione jest utworzenie i podjęcie działalności przez banki; publicznoprawną ingerencję w ogólne zasady prawa cywilnego i handlowego prowadzącą do powstania szczególnych reguł działania banków w sferze obrotu akcjami banków (art. 25o, 25p, 25r, 25s i 28 pr. bank.) oraz reguł ich gospodarki finansowej (rozdział 10 pr. bank.) i zrzeszania się (rozdział 9 pr. bank.); szczególne uprawnienia i obowiązki, których co do zasady nie mają inni przedsiębiorcy, służące ochronie interesów klientów banku oraz zabezpieczeniu interesów banku; określenie przepisami ustawowymi celu i zasad funkcjonowania nadzoru nad działalnością banków i przekazanie organom nadzoru funkcji z zakresu władztwa publicznego; szczególną ochronę deponentów, czemu służą publicznoprawne regulacje w zakresie obowiązkowego systemu gwarantowania depozytów przez Bankowy Fundusz Gwarancyjny oraz ustalane przez Komisję Nadzoru Finansowego (wiążące dla banków) normy płynności i inne normy dopuszczalnego ryzyka w działalności banków. Wszystko to powoduje, że bank nie może być traktowany tylko – jak ma to miejsce w naukach ekonomicznych – jako „przedsiębiorstwo usługowe”, które dąży przede wszystkim do maksymalizacji zysku. Istotą działalności banku, obok zarządzania przepływami strumieni pieniężnych, stanowi zarządzanie ryzykiem, na które narażone są gromadzone przez niego środki pieniężne, dlatego też bank w pierwszej kolejności musi dążyć do minimalizacji ryzyka, a dopiero w następnej – do maksymalizacji zysku, co jest zgodne z najnowszymi trendami w zakresie regulacji rynku finansowego.

Z orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości UE wynika, że działalność depozytową należy rozumieć bardzo szeroko, gdyż może być ona wykonywana nie tylko za pomocą instrumentów finansowych posiadających immanentną (wrodzoną) cechę zwrotności, ale również za pomocą instrumentów finansowych nieposiadających takiej cechy, których zwrotny charakter wynika z postanowień umownych” /Edyta Rutkowska-Tomaszewska: Ochrona prawna klienta na rynku usług bankowych, Lex 2013/.

Z powyższego opracowania wynika, że banki jako przedsiębiorcy pełnią szczególną rolę w obrocie gospodarczym. Działają one nie tylko na własny rachunek, ale dodatkowo muszą wypełniać powierzone im zadania w zakresie ochrony środków pieniężnych m.in. najsłabszych uczestników rynku, którymi są konsumenci.

### **Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów**

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje pojęcia zbiorowych interesów konsumentów, stąd przy ustalaniu jego treści należy odwołać się do orzecznictwa sądowego. Pojęcie zbiorowych interesów konsumentów zostało szeroko omówione przez Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 10 kwietnia 2008r. (sygn. akt III SK 27/07). W uzasadnieniu Sąd Najwyższy podał, iż gramatyczna wykładnia tego pojęcia prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowego interesu konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka przedsiębiorcy skierowana jest do „nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów”. Wystarczające powinno być w jego ocenie ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów, za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy orzekł też, że „praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) 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”.*

Przedmiotem niniejszego postępowania jest praktyka związana ze sposobem prowadzenia przez sprzedawców rozmów z konsumentami w placówkach Banku dotyczących możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Dokonując analizy i oceny stosowanej praktyki Prezes Urzędu oparł się na licznych skargach konsumentów pochodzących z różnych miejscowości kraju. Skarżący zawierali umowy w różnych okresach w przeciągu kilku lat. Konsumenty skarżyli się na umowy zawarte już w 2011r. (dowód: karty nr 2015-2016). Rozstrzygnięcie zawarte w niniejszej decyzji odnosi się do praktyki stosowanej względem pewnej, potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Zbiorowy interes realizuje się natomiast poprzez fakt, iż potencjalnie wszyscy odwiedzający placówki Banku (nieograniczona grupa konsumentów) mogli zostać dotknięci naruszeniem. Jednocześnie z uwagi na stosowanie ocenianej praktyki również obecnie interesy konsumentów są nadal naruszane. Wprowadzające w błąd działanie odnosi się zatem do zbiorowości tych konsumentów, dla których skutek w ww. postaci jest wspólny. W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności stwierdzone zostało, iż rozważane działanie, o którym mowa w punkcie I sentencji decyzji godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

### **Bezprawność działań**

Kolejną przesłanką, która musi być spełniona, aby było możliwe stwierdzenie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność działania przedsiębiorcy rozumiana jako sprzeczność działania z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa. Jako „sprzeczne z prawem” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są czyny zakazane przepisami prawa administracyjnego, przepisami prawa gospodarczego publicznego, przepisami prawa cywilnego. Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa /Por. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji Komentarz, pod redakcją prof. dr hab. Janusza Szwejki, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2000, s.117 - 118/.

### **Praktyka rynkowa**

Zgodnie z art. 2 pkt. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym przez praktykę rynkową należy rozumieć działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Biorąc pod uwagę powyżej przytoczone rozumienie praktyki rynkowej uznane zostało, że działanie Banku w zakresie informacji przekazywanych konsumentów przy prezentowaniu możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi może zostać ocenione właśnie przez pryzmat tej ustawy. Zarzucone zostało, iż Bank poprzez stosowanie określonej w sentencji decyzji praktyki naruszył art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 5 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 i 2 uopnpr.

## Model przeciętnego konsumenta

Przedmiotem oceny w niniejszej sprawie jest praktyka Banku stosowana wobec konsumentów, którzy przychodzą do jego placówek. Polega ona na przekazywaniu informacji o oferowanych produktach na etapie zawierania kontraktu. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym podaje definicję przeciętnego konsumenta. Zgodnie z art. 2 pkt 8 ustawy przeciętnym konsumentem jest konsument, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. Będąc przedmiotem decyzji zachowanie Spółki powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta. *„Stopniowy rozwój orzecznictwa ETS doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji nie wprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. To czego można oczekiwać od rozsądnego konsumenta wynika przede wszystkim z tego, jak daleko sięga obowiązek informacji handlowej, jej dostępności, jasności, niedwuznaczności, pełności i odpowiedniości”* /E. Łętowska, Europejskie prawo umów konsumenckich, CH BECK, Warszawa 2004, s. 73/.

Jak wynika z ww. definicji przeciętnego konsumenta konieczne jest uwzględnienie czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy, by określić cechy konsumenta w związku z przedmiotem postępowania.

*„Rozwój wolnego rynku stworzył konsumentom niemalże nieograniczone możliwości zaspokajania swoich potrzeb, spełnienia oczekiwań - uzyskiwania całkowitej satysfakcji z nabywanych dóbr i usług. Mechanizmy wolnorynkowe doprowadziły do sytuacji, w której przeciętna osoba - konsument nie potrafi odnaleźć się w "wielkim świecie" regulacji prawnych. Atakuje się konsumenta niezwykle szeroką paletą towarów, usług, przy jednoczesnym utrzymywaniu jego pozycji jako słabszej strony kontraktu. Dodatkowo masowa produkcja usług, w tym usług bankowych, doprowadziła do standaryzacji warunków umownych”*. /Edyta Rutkowska-Tomaszewska: Nieuczciwe praktyki na rynku bankowych usług konsumenckich, monografia, ABC, 2011, Lex/.

*„Model ochrony konsumenta rozsądnego zakłada ochronę przez informację i opiera się na założeniu, że słabszą pozycję konsumenta w stosunku do podmiotu profesjonalnego, wynikającą z braku doświadczenia, nieznajomości mechanizmów rynkowych, a często także braku specjalistycznej wiedzy w dziedzinie gospodarki, finansów i rachunkowości, można zrównoważyć przez jego "doinformowanie". Tylko bowiem właściwie zorientowany, świadomy swojej sytuacji ekonomicznej, prawnej oraz gospodarczej i możliwości z niej wynikających klient może rozumnie, świadomie i swobodnie podejmować decyzje gospodarcze, obciążające go określoną odpowiedzialnością i ryzykiem zmiany realiów gospodarczych. Banki często nazywane są instytucjami zaufania publicznego. Przejawem tego, oprócz innych obowiązków nakładanych na banki, jest publicznoprawny obowiązek informacyjny, wskazany w rozdziale 8 pr. bank”*. /Edyta Rutkowska-Tomaszewska: Naruszenie obowiązków informacyjnych banków w prawie umów konsumenckich/.

W przedmiotowym przypadku mamy do czynienia z praktyką stosowaną przez Bank związaną z przeprowadzaniem z konsumentami transakcji finansowych. *„Cechą specyficzną transakcji finansowych jest: nieporównywalnie wielki stopień trudności w przetamaniu*

deficytu transparentności (transakcje te są znacznie trudniejsze do zrozumienia dla konsumenta, niż wszelkie inne, w jakich konsument występuje). Deficyt wiedzy dotyczy też zarówno etapu przed, jak i w czasie, czy po „skonsumowaniu” usługi finansowej, okoliczność, że jednocześnie chodzi tu o transakcje obciążone dla konsumenta znacznie wyższym ryzykiem ekonomicznym niż inne jego transakcje. Jest to przy tym ryzyko nierównomiernie rozłożone między stronami. W razie nieudania się jednej transakcji konsumenta-klienta, może ona zrujnować mu egzystencję na resztę życia. Dla instytucji finansowej niepowodzenie tej samej transakcji jest natomiast niewiele znaczącym wypadkiem przy pracy. Chodzi tu więc o ryzyko w szczególny sposób rozłożone niesymetrycznie”. /E. Łętowska: Prawo umów konsumenckich Wydanie 2, C.H. Beck, 2002r., s. 453-454/.

Jak wynika z powyżej przytoczonych opracowań konsument będący nabywcą usług oferowanych przez Bank odczuwa deficyt wiedzy na ich temat. Wynika to głównie z ilości i różnorodności dostępnych produktów. Identyfikując konsumenta, który został dotknięty skutkami stosowania ocenianej praktyki należy wziąć pod uwagę, iż nie dotyczy ona standardowo, codziennie zawieranych umów. Tym samym konsument może nie mieć doświadczenia i wiedzy co do warunków, na jakich są realizowane tego typu umowy. Dodatkowym ważnym czynnikiem, który musi zostać w niniejszej sprawie wzięty pod uwagę, jest fakt, iż umowy zawierane są w placówkach oznaczonych nazwą Banku. Natomiast konsument nabywając usługi od tego rodzaju podmiotu pokłada w nim znacznie większe zaufanie co do sposobu działania niż w stosunku do innych przedsiębiorców. Zaufanie to szczególnie dotyczy poniżej opisanych aspektów. Po pierwsze konsument wierzy, że Bank zapewnia ochronę powierzonych mu środków pieniężnych. Po drugie wierzy, że informacje przekazywane mu w trakcie zawierania umów są najważniejszymi, najistotniejszymi, o których powinien wiedzieć.

*„Od instytucji finansowej, jako instytucji zaufania publicznego inwestor, a w szczególności klient detaliczny oczekuje obiektywizmu, należytej staranności oraz rzetelności w zakresie formułowania przekazu informacyjnego w odniesieniu do usług produktów finansowych znajdujących się w ofercie danej instytucji finansowej. Klient o tego rodzaju statusie, nie posiada bowiem w szeregu przypadkach, specjalistycznej wiedzy i kompetencji, które pozwoliłyby mu na orientację co do pełnej charakterystyki danego instrumentu finansowego czy też dokonanie oceny instrumentu pod kątem odpowiedniości instrumentu w stosunku do planowanych działań inwestycyjnych. Z tych względów, przy podejmowaniu przez klienta decyzji o nabyciu lub zbyciu instrumentu finansowego niejednokrotnie rozstrzygające są informacje od instytucji finansowej. Istotna przy tym jest nie tylko szeroko rozumiana staranność i rzetelność w podejmowaniu czynności na rzecz inwestora, ale również taki sposób zachowania instytucji, który pozwala inwestorowi na dostateczne rozróżnienie otrzymywanych wiadomości na informacje przekazywane w celu reklamy lub promocji, informacje ograniczone do faktów i liczb oraz rekomendacje sugerujące określone zachowania inwestycyjne. Jest to szczególnie istotne w ostatniej sytuacji, gdyż klient ma prawo zakładać, że sugerowanie przez instytucję finansową określonych zachowań inwestycyjnych w stosunku do danego instrumentu finansowego następuje w wyniku działań w najlepiej pojętym interesie klienta, przy uwzględnieniu jego indywidualnej sytuacji i potrzeb”*  
/Stanowisko w sprawie świadczenia przez firmy inwestycyjne usług doradztwa inwestycyjnego. Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Warszawa, dnia 27 marca 2012 r. [http://www.knf.gov.pl/Images/Swiadczenie\\_przez\\_firmy\\_%20inwestycyjne\\_uslug\\_doradztwa\\_inwestycyjnego\\_tcm75-29884.pdf](http://www.knf.gov.pl/Images/Swiadczenie_przez_firmy_%20inwestycyjne_uslug_doradztwa_inwestycyjnego_tcm75-29884.pdf)/. Pomimo, iż powyżej przytoczone stanowisko KNF było skierowane do firm inwestycyjnych świadczących usługi doradztwa, a nie do banków, to jednak można je w pełni zastosować w niniejszej sprawie. Instytucje finansowe są obdarzane przez konsumentów pełnym zaufaniem co do jakości przekazywanych przez nich informacji. Konsumenty zakładają, że osoby zatrudnione w danej instytucji posiadają większą wiedzę w

zakresie sprzedawanego produktu niż oni sami. Dodatkowo wierzą, iż pracownicy są zobowiązani do oferowania produktów, które gwarantują ochronę ich interesów.

Proces decyzyjny jaki zachodzi w sytuacji, gdy konsumenci podejmują decyzje nabywcze standardowo przebiega w następujących etapach: rozpoznanie potrzeby, poszukiwanie informacji, ocena alternatyw, decyzja zakupu, zachowanie po dokonaniu zakupu<sup>8</sup>. Podmioty gospodarcze stosują instrumenty mające doprowadzić do podjęcia przez konsumentów decyzji zgodnych z ich oczekiwaniami. Oddziałują one na każdy z etapów powyżej opisanego procesu.

W przedmiotowym przypadku Bank stosuje działania mające cechy perswazji, które poprzez przekazywanie konkretnie dobranych informacji wpływają na podjęcie przez ich adresatów decyzji nabywczych zgodnych z zamiarem Banku. Konsumenci w przekazanych Urzędowi skargach podnieśli, co następuje:

- „*Ja mówiłem, że mam 70 lat i jestem ubezpieczony w (...) i jest to bez sensu, ale tłumaczył że po trzech latach wycofamy i to będzie bardzo korzystne i się zgodziłem nie znając konsekwencji uwierzyłem doradcy*” (dowód: karta nr 2163),
- „*zaproponowaliście Państwo (...) produkt o skomplikowanej konstrukcji, pomimo że jego wiedza na temat zasad funkcjonowania rynków finansowych jest znikoma, zaproponowaliście Państwo (...) produkt o wysokim stopniu ryzyka inwestycyjnego, w powiązaniu z produktem o fikcyjnym charakterze ubezpieczeniowym (gwarancyjnym), pomimo braku skłonności (...) do ponoszenia takiego ryzyka i (...) przekonaniu o ubezpieczeniowym i gwarancyjnym charakterze ww. produktu*” (dowód: karta nr 2166),
- „*W pliku podpisywanych różnych dokumentów, podpisałam również według zapewnień i ustaleń z pracownikiem w/ Banku przystąpienie do produktu (...) na zasadach, o których w rozmowie z pracownikiem Idea Banku na pewno nie byłam informowana, choć kontaktów było więcej niż jedna wizyta w Placówce Banku*” (dowód: karta nr 2176),
- „*zgłosiłam się do placówki Banku mieszczącej się przy ul. ... w celu przedłużenia lokat (...) Po przedstawieniu oferty nie zdecydowałam się na zawarcie umowy. Prosiłam o ulokowanie środków na kolejne 12 miesięcy na lokacie bankowej. (...) gdy zgłosiłam się do placówki Banku z myślą o wypłacie środków, zostałam poinformowana, że moje środki zostały zainwestowane w produkt ubezpieczeniowy*” (dowód: karty nr 2190-2191),
- „*(...) w trakcie rozmowy (...) przedstawił tą lokatę jako najlepszy sposób oszczędzania (...) Podpisując deklarację byłam przekonana, że podpisuję normalną lokatę*” (...) „*gdyby Pan (...) powiedział mi, że nie jest to typowa lokata i że już na początku oszczędzania muszę najpierw zapłacić koszty za cztery lata w wysokości 12%, a przy tym nie mam gwarancji uzyskania nawet zadeklarowanej kwoty, nie podpisałbym takiej umowy*” (dowód: karta nr 2200),
- „*W dniu ... zgłosiłam się do Idea Banku przy ulicy ... w celu przedłużenia lokaty terminowej. W w/w Banku miałam lokatę terminową na ... złotych*” (dowód: karta nr 2214),
- „*Odwołując się do praktyk przejrzystej sprzedaży produktów oraz dyrektyw MIFID zaznaczam, iż nie poinformowano mnie o konsekwencjach rozwiązania umowy przed jej zakończeniem, minimalnym, gwarantowanym zysku (gdyż do tej pory korzystałem jedynie ze standardowych lokat terminowych), mechanizmie wyliczenia zysku, sposobie udostępniania wyników inwestycji. Nadto sprzedawca nie wyjaśnił mi czym jest ten produkt i jak działa. Nie poinformowano mnie przede wszystkim o innych możliwych sposobach pomnażania kapitału, tylko od razu zaoferowano ten jako najlepszy instrument, co wydaje się dosyć wątpliwe*” (dowód: karta nr 2227),

<sup>8</sup> Ph. Kotler „Marketing analiza planowanie wdrażanie i kontrola”, FELBERG SJA, Warszawa 1999, s. 179



- „Na moje, wielokrotne ponawiane w czasie spotkania pytania o dodatkowe opłaty i obciążenia ... w najbliższym czasie, w tym o stosowaną tabelę tych opłat – odpowiedź jednoznacznie brzmiała: nie będzie żadnych dodatkowych opłat, wszystko zostanie pokryte w ramach dokonanych wpłat, proszę się o nic nie martwić – słowem nie wspomniał o konieczności wpłaty o tej samej wysokości do banku .. jak na starcie polisy ..., co rok, przez następne 10 lat – to dopiero wyszło na jaw o wiele później” (dowód: karta nr 2229).
- „W dniu ... w oddziale Idea Banku ... spotkałam się z bankierem Idea Banku Panem ... w celu założenia 3-mies. lokaty bankowej (...) w kwocie ... zł”. (...) „Wierząc, że nadrzędną zasadą pracowników zatrudnionych w banku jest uczciwe i rzetelne informowanie klientów o proponowanych produktach finansowych, związanym z nimi ryzyku, opłatach i kosztach podpisałem deklarację przystąpienia do UFK (...) i przelałem na wskazane konto bankowe ... zł” (dowód: karta nr 2241),
- „(...) odbyłem spotkanie z doradcą z banku (...), która doradziła mi podpisanie produktu oszczędnościowo-ubezpieczeniowego (...), zapewniając, że jest to najlepsze rozwiązanie na rynku finansowym, charakteryzujące się wysoką elastycznością wpłat”, „Człowiek nie znający prawa bankowego czy ubezpieczeniowego, korzystający z usług doradcy w Banku jest święcie przekonany, że osoba która doradza – robi to tak, aby klient przede wszystkim odniósł korzyść, jak i był poinformowany o wszystkich warunkach, aspektach ubezpieczenia, a przede mną zostało to ewidentnie zatajone” (dowód: karta nr 2248),
- „Dnia ... złożyłem wizytę w Banku ... w celu założenia lokaty 3-6 miesięcznej” (dowód: karta nr 2260),
- „W dniu ... na spotkaniu z Państwa doradcą ... w obecności ... rozmawialiśmy o 12 miesięcznej lokacie ... jak i powiązanim z lokatą ubezpieczeniem, obowiązującym na taki sam okres. (...) Byłem przekonany, że uzgodnienia te znajdą odzwierciedlenie w umowie ubezpieczenia i dlatego też ufając Państwa pracownikowi nie przyszło mi nawet do głowy żeby sprawdzać jej wszystkie szczegóły przed podpisaniem” (dowód: karta nr 2272),  
 „(...) jako „wyjątkowy klient banku” – otrzymałam telefon z Idea Banku, że mogę wyjątkowo atrakcyjnie ulokować posiadane środki, ale szczegóły dostępne są tylko na spotkaniu z doradcą w oddziale banku (...) Na wstępie rozmowy z przemiłym (i jakże „skromnym”) doradcą, od razu zaznaczyłam, że środki mogę ulokować maksymalnie do pół roku i tylko w bezpieczne instrumenty finansowe tzn. lokatę ponieważ nie mogę ryzykować (i nigdy tego nie robiłam) ...” (dowód: karta nr 2278),
- „Człowiek nie znający prawa bankowego korzystający z usług doradcy jest święcie przekonany, że osoba, która doradza robi to w sposób rzetelny i z należytą starannością tak, aby klient wiedział, do czego przystępuje i był poinformowany o wszystkich warunkach i możliwych aspektach ubezpieczenia, bądź lokaty, a przede mną zostało to ewidentnie zatajone!!!” (dowód: karta nr 2281),
- „Jestem osobą w podeszłym wieku, gdyż mam 67 lat i nigdy nie podjąłbym decyzji o zamrożeniu środków na lat 10, gdyby nie zapewniono mnie o możliwości wcześniejszej rezygnacji bez ponoszenia kosztów” (dowód: karty nr 2286),
- „w dniu (...) na spotkaniu z Bankierem Idea Bank ... założyłam 2 lokaty, które miały być krótkoterminowe (...) W momencie potrzeby wycofania lokat zadzwoniłam na infolinię Idea Bank, informując o rezygnacji z lokat w dniach ..., gdzie dowiedziałam się, że lokata jest tylko jedna” (dowód: karty nr 2588-2589),
- „produkt do którego przystąpiłem obowiązuje nie na rok, ale na lat dziesięć. W moim wieku a mam lat 70 nie przystępuje się do inwestycji na lat 10 bo nie wiadomo czy się tego dożyje” (dowód: karta nr 2313),
- „Przez cały czas naszego spotkania podkreślałem, iż stoję przed wyraźną perspektywą zainwestowania moich oszczędności w nieruchomości i że możliwym była nagle potrzeba spieniężenia wszystkich moich oszczędności na wspomniany cel. Początkowo

*zainteresowany byłem jedynie krótkoterminową lokatą z atrakcyjnym rynkowo oprocentowaniem (...)* „Cały czas podczas naszego dwukrotnego spotkania pan (...) wykrętnie odpowiadał na moje pytania i wątpliwości wykorzystując moją niewiedzę nt. rynków finansowych” (dowód: karta nr 2600),

- „W dn. ... niespodziewanie na mój telefon domowy konsultant z IDEA Bank SA w Warszawie złożył mnie ofertę reklamową na założenie lokaty korzystnej 10% i po moim potwierdzeniu mojego zainteresowania tą ofertą umówił mnie na spotkanie z pracownikiem Oddziału Idea Bank SA ...” (dowód: karta nr 2851).

Wyjaśnienia zbieżne z powyżej przytoczonymi w zakresie celu wizyty były zawarte również w skargach innych konsumentów (dowód: karty nr 2210, 2214, 2231, 2267, 2276, 2296, 2302-2303, 2320, 2323, 2595, 2663, 2670, 2690, 2753, 2633, 2913, 2925, 3020, 3064).

Oferowane produkty są ubezpieczeniami, które nie występują w standardowej ofercie banków. Konsument, który byłby zainteresowany zawarciem umowy ubezpieczenia zwróciłby się do towarzystwa ubezpieczeniowego. Natomiast do banku konsumenci zwracają się w sytuacji, gdy decydują się na produkt związany z oszczędzaniem. Biorąc pod uwagę złożoność produktów, a w szczególności obszerność dokumentów określających warunki, na jakich umowy są realizowane, bardzo ważnym źródłem informacji jest sama nazwa produktu. Jak wynika z poczynionych w niniejszej sprawie ustaleń większość z nazw produktów uwzględnionych w przedmiotowej sprawie była powiązana z pojęciami sugerującymi osiągnięcie zysku oraz również z określeniami, które mogą w sposób bezpośredni być odbierane jako zapewnienie stabilności i pewności efektu inwestycji np. depozyt, bezpieczny, emerytura, obligacje, lepsze jutro, oszczędzanie, zabezpiecz przyszłość, stabilny plan, pewna polisa. Biorąc pod uwagę duże znaczenie, jakie przy identyfikowaniu produktów ma nazwa, już ona w tym przypadku sugeruje konsumentom, że mają do czynienia z produktami gwarantującymi zysk i bezpieczeństwo tak jak lokata bankowa. Podawane konsumentom nazwy produktów budują kontekst dla dalszych informacji przekazywanych przez sprzedawców i mogą potęgować przekonanie klientów o bezpiecznym charakterze oferowanych produktów.

Utarte w świadomości konsumentów wyobrażenia o zakresie działalności banków powodują, że każdy przedstawiony produkt będą oni odbierać jako modyfikację znanych już produktów, a nie jako zupełnie nową usługę, o innych cechach. Jak zostało to określone wcześniej konsumenci mają przeświadczenie, że banki oferują im możliwość zakładania lokat terminowych o znanych im cechach. Osobami poszkodowanymi w wyniku stosowania przedmiotowej praktyki są głównie osoby, które były już klientami Banku zanim zaproponowano im przystąpienie do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. Osoby te bardzo często posiadały oszczędności zdeponowane na lokatach terminowych Banku (dowód: karty nr 2190-2191, 2200, 2278). Dlatego też, biorąc pod uwagę ich dotychczasowe doświadczenia związane z zakładaniem w Banku depozytów – lokat zawierali kolejne umowy w przeświadczeniu, że środki pieniężne zostały zdeponowane właśnie w taki sposób. Ze względu na powyższe Prezes Urzędu uznał, że z przedmiotową praktyką spotyka się konsument, który zamierza podjąć decyzję o powierzeniu środków pieniężnych instytucji, która będzie je chronić. Ochrona ta ma polegać na zapewnieniu otrzymania zwrotu wpłaconych środków pieniężnych na żądanie. Z wcześniejszej analizy wynika, że przeciętny konsument wie, że Banki oferują produkty posiadające te cechy, którymi są lokaty terminowe. Natomiast konsument, który jest narażony na ocenianą w niniejszym postępowaniu praktykę nie ma świadomości, że Bank może mu zaproponować skomplikowany i ryzykowny produkt zamiast tradycyjnej znanej mu lokaty terminowej. Konsument dopuszcza możliwość otrzymania propozycji zawarcia umowy nazwanej w inny sposób, który sugeruje inny charakter oferty, jednak jest przeświadczony, że

ostatecznie będzie on miał cechy takie jak standardowa lokata, a więc, że powierzone środki będzie można wyciągnąć przed upływem terminu, na jaki została zawarta umowa bez utraty choćby części z nich. Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności konsument może być łatwo wprowadzony w błąd, co do cech jakie posiada oferowany produkt. Osiągnięcie tego efektu może nastąpić przez położenie nacisku w trakcie prezentacji na potencjalne korzyści, jakie można uzyskać dzięki oferowanym produktom kosztem informacji o realnych ryzykach, jakie się z nimi wiążą w zakresie otrzymania zwrotu mniejszych wartości środków pieniężnych, niż wpłacone.

Przedmiotowe produkty były również oferowane konsumentom, którzy zawierali umowy kredytu konsumenckiego (dowód: karty nr 2633, 2647-2649, 2650, 2653, 2687, 2800, 2879-2880). Z dokumentów dotyczących jednej ze skarg przekazanych przez Bank wynika, że część z udzielonej pożyczki była przeznaczona na sfinansowanie składki z tytułu przystąpienia do ubezpieczenia (dowód: karta nr 2653).

W ocenianej w niniejszym postępowaniu sprawie mamy do czynienia z konsumentami rozważnymi, przeciętnie zorientowanymi, jednak nie posiadającymi wiedzy na temat bardziej skomplikowanych produktów finansowych np. grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym i to nie w towarzystwie ubezpieczeniowym, ale za pośrednictwem banku. Ten deficyt wiedzy w opinii Prezesa Urzędu powinien zostać zrównoważony przez informacje przekazywane przez sprzedawców.

### **Nieuczciwa praktyka rynkowa**

Po ustaleniu w niniejszej sprawie modelu konsumenta, należy dokonać oceny czy działania Banku, wskazane w pkt I sentencji decyzji, stanowią nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 4 ust. 1 uopnpr. Konieczne jest zatem rozważenie przez Prezesa Urzędu, czy przedmiotowe działania Banku:

- są sprzeczne z dobrymi obyczajami;
- w istotny sposób zniekształcają lub mogą zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy, tj. czy praktyka Spółki może spowodować podjęcie bądź brak podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji o przystąpieniu do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym.

Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny „*sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...), czyli takie działania które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania*” /K. Pietrzykowski red., Kodeks cywilny Komentarz, Warszawa 2002 r., str. 804/. W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić jako prawo do rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką w ramach przekazu profesjonalista - przedsiębiorca powinien kierować do przeciętnego konsumenta (dostatecznie poinformowanego, ostrożnego i uważnego). Naruszenie tak rozumianych dobrych obyczajów zostało dokonane przez Bank w sposób opisany w sentencji decyzji.

Art. 2 lit. h powyższej Dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej 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") (Dz.U.UE.L.2005.149.22) stanowi, iż „staranność zawodowa” 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. Klauzula dobrych obyczajów nawiązuje do wyobrażeń o uczciwych, rzetelnych działaniach stron. Klauzula ta winna być również interpretowana przez pryzmat jej pierwowzoru z Dyrektywy 93/13/EWG z 5 kwietnia 1993r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich zasady wzajemnego zaufania i zasady ochrony usprawiedliwionych oczekiwań konsumenta. Dokonując takiej interpretacji klauzuli dobrych obyczajów, należy dojść do wniosku, że jest to pojęcie znaczeniowo zbliżone do pojęcia „staranności zawodowej”.

Zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta polega na podjęciu lub możliwości podjęcia określonej decyzji dotyczącej umowy, w sytuacji, gdy wobec innego (uczciwego) zachowania (praktyki rynkowej) przedsiębiorcy, konsument podjąłby lub mógłby podjąć decyzję odmienną. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nie podaje definicji zniekształcenia w istotny sposób zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta. Zawiera ją natomiast Dyrektywa 2005/29/WE implementowana do krajowego porządku prawnego poprzez uopnpr. Zgodnie z art. 2 pkt e) powyższej Dyrektywy istotne zniekształcenie zachowania gospodarczego konsumentów oznacza wykorzystanie praktyki handlowej w celu znacznego ograniczenia zdolności konsumenta do podjęcia świadomej decyzji i skłonienia go tym samym do podjęcia decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął.

Na uwagę zasługują zasady określone w stanowisku UKNF z dnia 26 września 2012 r. w sprawie praktyk sprzedażowych związanych z oferowaniem produktów inwestycyjnych skierowane do podmiotów z rynku bankowego i ubezpieczeniowego. Komisja Nadzoru Finansowego stwierdziła, iż *instytucje finansowe oraz współpracujący z nimi pośrednicy powinni rzetelnie informować o oferowanym produkcie, w tym w szczególności o konstrukcji tego produktu, czynnikach warunkujących osiągnięcie ewentualnego zysku, wszelkich uwarunkowaniach związanych z daną inwestycją, opłatach (w tym związanych z wcześniejszym zakończeniem inwestycji) oraz wyraźnie wskazywać, czy zainwestowany kapitał narażony jest na ryzyko utraty przynajmniej części zainwestowanych środków. Niedopuszczalne jest manipulowanie definicjami i pojęciami oraz przedstawianie nieadekwatnych symulacji mających na celu ukrycie rzeczywistego poziomu ryzyka związanego z inwestycją. Oferujący produkty inwestycyjne powinni w sposób zrozumiały zapoznawać potencjalnego klienta ze wszystkimi rodzajami ryzyk związanymi z produktem (wypełnienie tego wymogu powinno być wykonane w sposób, umożliwiający weryfikację poprawności jego spełnienia w przyszłości) oraz upewnić się, że klient to ryzyko rozumie.*

We wcześniejszej części niniejszej decyzji w sposób szczegółowy oraz wyczerpujący opisane zostały oczekiwania konsumentów w stosunku do działalności Banku oraz okoliczności, w tym również przepisy prawa, z których one wynikają. Konsumentom traktują banki, jako instytucje zaufania publicznego. Obdarzają je zaufaniem pod względem dbania o zabezpieczenie ich interesów i powierzone środki.

Przyjmując przytoczone powyżej założenia co do powinności Banku oferującego konsumentom możliwość przystąpienia do ubezpieczenia Prezes Urzędu przyjął je do uznania, iż stosowana praktyka Banku narusza dobre obyczaje oraz może wprowadzać konsumentów w błąd i doprowadzać do podjęcia decyzji, których by nie podjęli, gdyby dysponowali pełnymi informacjami.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zgromadził skargi konsumentów, którzy opisali informacje przekazywane im przez sprzedawców w trakcie proponowania im przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Dodatkowo Prezes Urzędu otrzymał od Banku dokumenty przekazywane sprzedawcom

obejmujące materiały informacyjne, „Procedurę sprzedaży produktów inwestycyjnych oraz inwestycyjno-ubezpieczeniowych” oraz „Księgę standardów obsługi klienta Idea Bank”, a także dokumenty, którymi posługują się sprzedawcy przy oferowaniu konsumentom produktów (dowód: karty nr 2471-2495). Prezes Urzędu ocenił powołane dokumenty. Przeprowadzona analiza wykazała, że zawarte w nich opisy cech produktów pokrywają się z informacjami przekazanymi przez konsumentów w skargach bez względu na nazwę ubezpieczeniowego funduszu kapitałowego. Z uwagi na zbieżność opisów przedstawionych przez konsumentów co do informacji przekazywanych im przez sprzedawców w różnym czasie oferowania przystąpienia do różnych z oferowanych grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi w opinii Prezesa Urzędu można uznać, że taka sama praktyka określona w sentencji decyzji jest stosowana w stosunku do wszystkich konsumentów bez względu na nazwę handlową, którą posługiwał się Bank w stosunku do poszczególnych grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym oraz okoliczności przystąpienia do ww. ubezpieczeń.

### **Zarzut stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej przez działanie Banku wskazane w pkt I sentencji decyzji**

W punkcie I sentencji decyzji zakwestionowano sposób przekazywania przez Bank informacji, które mogły wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z powierzeniem środków pieniężnych w ramach grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi poprzez wyeksponowanie korzyści związanych z inwestycją kosztem informacji dotyczących okoliczności, w których inwestycja może nie przynieść zysku lub wygenerować straty, a także kosztów związanych z rozwiązaniem umowy w trakcie jej trwania, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o jakiej mowa w art. 5 ust. 3 pkt 2 w związku z art. 5 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, a w związku z tym stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 5 ust. 3 pkt 2 uopnpr za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się wprowadzające w błąd działanie dotyczące cech produktu, w szczególności jego pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, wyposażenia dodatkowego, testów i wyników badań lub kontroli przeprowadzanych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, *ryzyka i korzyści związanych z produktem*. Praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął (art. 5 ust. 1 uopnpr). Art. 4 ust. 1 uopnpr stanowi natomiast, iż praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

### **Wyeksponowanie korzyści**

Jak ustalił Prezes Urzędu konsumentom przychodzącym do placówek Banku umożliwia się przystępowanie do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Na podstawie fragmentów skarg

przytoczonych w części opisującej model przeciętnego konsumenta stwierdzone zostało, że konsumenci najczęściej deklarowali, że udając się do Banku byli zdecydowani na zawarcie krótkoterminowej umowy. O zamiarze zawarcia umowy posiadającej właśnie taką cechę w sposób jednoznaczny informowali sprzedawców.

Z przedstawionych opisów prowadzonych spotkań wynika, że pracownicy zdawali sobie sprawę z preferowanych przez konsumentów cech produktów, a jednak prowadzili z konsumentami rozmowy w taki sposób, aby wierzyli oni, że przedmiotem rozmów są produkty związane z oszczędzaniem,

Z przekazanych przez skarżących informacji wynika, że jednym z ważniejszych kryteriów uwzględnianych przez nich przy podjęciu decyzji nabywczej jest możliwość otrzymania zwrotu powierzonych środków pieniężnych w dogodnym dla nich czasie. Produkty oceniane w przedmiotowym postępowaniu są długoterminowe. Dlatego też klienci zadawali pytania, czy będą mogli wycofać środki pieniężne przed upływem terminu trwania umowy, co było im potwierdzane. Na podstawie powyższych informacji można uznać, że konsumenci podejmowali decyzje nabywcze w przeświadczeniu, że będą mogli odzyskać pieniądze po upływie krótkiego czasu od zawarcia umów.

#### Wyeksponowanie korzyści finansowych związanych z inwestycją

Biorąc po uwagę dokonane wcześniej ustalenia, z których wynika, że konsumenci identyfikują działalność Banku jako instytucji umożliwiającej im korzystne oszczędzanie oraz założenie lokat terminowych wszystkie informacje o korzyściach jakie wynikają z oferowanych produktów odnosili oni do możliwości otrzymania korzystniejszych warunków dla powierzonych oszczędności.

- „W dniu ... przy okazji wizyty w sprawach rachunku bankowego prowadzonego przez Państwa doradca zatrudniony w ww. oddziale zaproponował mi „atrakcyjny produkt emerytalny”, w ramach którego miałem mieć możliwość bezpiecznego oszczędzania na emeryturę oraz ubezpieczenie na życie w kwocie ... zł. Zgodnie z zapewnieniami Państwa pracowników otwierany przez mnie rachunek emerytalny (konto emerytalne) miał gwarantować pełną ochronę wpłaconego kapitału przy jednoczesnej możliwości korzyści podatkowych (brak „podatku Belki”, odpis od podatku wpłacanej na emeryturę kwoty). Zachęcony możliwością takiego oszczędzania złożyłem wniosek o przystąpienie do promocji „Promocja świąteczna” (dowód: karta 2186),

- „Natomiast w trakcie rozmowy Pan ... przedstawił tą lokatę jako najlepszy sposób oszczędzania. (...) Wręcz przeciwnie, zapewnił mnie, że w każdej chwili będę mogła zrezygnować z lokaty i, że w najgorszym razie otrzymam zwrot 100% wartości ...” (dowód: karta nr 2200),

- konsument w skardze poinformował, że po spotkaniu w sprawie przystąpienia do ubezpieczenia drogą poczty elektronicznej otrzymał pismo potwierdzające korzyści, jakie może osiągnąć z produktów „Bardzo dziękuję za spotkanie i czas jaki mi Pan poświęcił. Wychodząc naprzeciw Pana oczekiwaniom pragnę podsumować nasze spotkanie. Rozmawialiśmy o rozwiązaniach bezpiecznych, a jednocześnie umożliwiających uzyskanie stopy zwrotu przewyższającej oprocentowanie dostępnych na rynku lokat bankowych. Kwota (...) zostanie ulokowana na lokatę 2 miesięczną oprocentowaną na poziomie ...%. Pozostała suma ... zł będzie zainwestowana w bardzo bezpieczny i przewidywalny strategicznie sposób, mianowicie w program obligacyjny. Spodziewamy tu się stopy zwrotu w okolicach ... %. Umowę niniejszego rozwiązania mieliśmy przyjemność podpisać dziś popołudniu. Podsumowując, rozwiązanie jest bezpieczne, nieograniczające Pana płynności finansowej, dające Panu gwarancję zysku i ochronę kapitału” (dowód: karta nr 2269),

- „Doradca zaproponował mi produkt, jego zdaniem świetny i cytuję jego słowa: „tylko szybko decydować się bo właściwie to on już się skończył no ale on-czyli doradca-ma

*jeszcze możliwość mi to załatwić”. „Chodziło o podział środków pół na pół tzn. połowa z nich idzie na wysoko oprocentowaną lokatę na trzy miesiące a druga na lokatę sześciomiesięczną, ale już z niższym oprocentowaniem i przez pół roku jest „nie do ruszenia” a po upływie tego terminu można bezkosztowo z tego wyjść” „Opowiedział jeszcze, że jeśli jednak będę mogła dłużej wpłacone środki utrzymać na tej lokacie to co kwartał będę dostawała przelew wypracowanych przez nie zysków na mój wskazany w tym celu rachunek bankowy – do dnia dzisiejszego czyli ... żadnej wpłaty nie było” (dowód: karta nr 2278-2279),*

*- „Za sugestią ... zdecydowałem się na 10-letni produkt depozytowo-ubezpieczeniowy Idea Bank i ... o nazwie ..., który wg oferującego miał dawać roczne zyski na poziomie ok. 8%. Zdecydowałem się w to zainwestować ... zł. W między czasie do rozmowy włączył się ..., który stwierdził, że może zaoferować długookresową lokatę o rocznych zyskach przekraczających 10% (w rozmowie padały uwagi o możliwości uzyskania zysku z przedziału nawet 15-20% rocznie). Swoje przekonanie o tak wysokich zyskach ... opierał na swoich wieloletnich obserwacjach wahań giełdowych i wykorzystaniu unikalnego programu komputerowego (który zademonstrował), który wg niego pozwalał na wyprzedzające transfery składników portfela inwestycyjnego w cyklach „hossa-bessa” na giełdzie. (...) za kilka dni spotkaliśmy się z ... i za jego sugestią zdecydowaliśmy się na produkt Idea Bank ... o nazwie ... (...) Przy prognozowanym i obiecywanym zysku na lokacie 10-letniej na poziomie powyżej 10% średniorocznie (była mowa nawet o 20%) ...” (dowód: karta nr 2302),*

*- „Pokazała symulację finansową zysków w okresie 5 lat i dalej manipulowała tabelkami i wykresami z bardzo korzystnym zyskiem. Zapewniała, że w razie pilnej potrzeby będzie można zrezygnować z tego ubezpieczenia i moją stratą będzie utrata odsetek z tytułu zainwestowanego ubezpieczenia” (dowód: karta nr 2851).*

Inni konsumenci również podnosili, iż produkty były prezentowane jako bardzo korzystne pod względem finansowym (dowód: karty nr 2163, 2167, 2221, 2229, 2260, 2276, 2286, 2317, 2805-2808, 2879-2880, 3020-3021, 3064).

Jak zostało ustalone wcześniej konsumenci, którzy zostali poszkodowani ocenianą praktyką przychodzą do Banku głównie w celu powierzenia środków pieniężnych. Natomiast sprzedawcy oferują im produkty, które mają przynosić większe korzyści niż standardowe lokaty terminowe. Poinformowanie, że produkt jest lepszy od innego, jest odbierane przez konsumentów w taki sposób, że cechy porównywanych produktów są takie same, przy czym ten oferowany daje więcej korzyści. Już samo zapewnienie, że oferowany produkt jest najlepszą lokatą jest dla konsumenta informacją, że otrzyma produkt posiadający wszystkie cechy zwykłej lokaty oraz dodatkowe korzyści. To zapewnienie sprzedawcy przygotowuje potencjalnego klienta do wysłuchania informacji o szczegółach związanych z oferowanymi korzyściami, bez wywołania u konsumenta stanu lęku, obawy przed zainwestowaniem swoich oszczędności w proponowany produkt. Jednak jak wynika z analizy przedstawionej w dalszej części decyzji, faktyczne warunki, na jakich realizowano oferowane produkty nie świadczą o tym, że są to lokaty w rozumieniu konsumentów.

W ocenianym przypadku konsumentom są przekazywane zapewnienia, że dzięki skorzystaniu z oferty uzyskają znacznie wyższe korzyści finansowe niż gdyby powierzyli środki pieniężne w ramach standardowych lokat terminowych. Zapewnienie wypłaty wyższych zysków w postaci większej ilości gotówki jest najsilniej oddziałującym determinantem na podjęcie decyzji nabywczej. Konsumentom są przedstawiane konkretne znaczne wartości, które będą mogli zarobić decydując się na zakup oferowanych produktów. Jednak jak wynika z analizy zawartej w dalszej części decyzji dotyczącej ryzyk, jakie wiążą się z tymi produktami, wypłata zysków nie jest gwarantowana.

### Wyeksponowanie korzyści związanych z możliwym terminem wypłaty środków oraz możliwością rozwiązania umowy przed deklarowanym terminem

Kolejną z opisywanych przez konsumentów korzyści, na jaką wskazywano przy proponowaniu im przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, jest możliwość wycofania wpłaconych środków oraz możliwość zachowania prawa do odsetek pomimo wycofania wpłaconych środków:

- „Pan ... poinformował, że bez strat mogę wycofać po roku” (dowód: karta nr 2156),
- „(...) ale tłumaczył, że po trzech latach wycofamy i to będzie bardzo korzystne i się zgodziłem nie znając konsekwencji uwierzyłem doradcy” (dowód: karta nr 2163),
- „Okres inwestycji miał trwać 6 miesięcy, a nie 10 lat” (dowód: karta nr 2183),
- „Dużym plusem oferty była dla mnie możliwość bezkosztowej rezygnacji z ubezpieczenia po 6 miesiącach polisowych. Według wyjaśnień pana ... ewentualna rezygnacja z ubezpieczenia po 6 miesiącach gwarantowała zwrot 100% zaangażowanego kapitału (...)” (dowód: karta nr 2195),
- „Najbardziej rażącym faktem na nierzetelne przedstawienie inwestycji było okłamanie mnie w sprawie ewentualnego wycofania się z inwestycji w pierwszych miesiącach trwania programu. (...) Byłem świadom wyjścia z programu w pierwszym roku i ciężką koniecznością potrącenia 80% od Wartości Rachunku. Jednak pan ... przedstawił mi termin „Wartość Rachunku” jako kwotę już zlewarowaną, czyli pięciokrotność wpłaconych przeze mnie środków!” (dowód: karta nr 2267),
- „Przez pracownika ... zostałem ustnie zapewniony, iż wpłacony przeze mnie kapitał jest w 100% zabezpieczony i może być wypłacony w pełnej wysokości po upływie 6 m-cy bez żadnych opłat. Zresztą byłem przez cały czas zapewniany, że produkt ... polega głównie na ochronie kapitału w całości” (dowód: karta nr 2286),
- „dostępne w każdej chwili bez utraty odsetek” (dowód: karta nr 2588),
- „(...) wielokrotnie wskazywał na możliwość wycofania pieniędzy z zyskiem dla mnie już po upływie pierwszych 6 miesięcy” (dowód: karta nr 2880),

Otrzymanie informacji o możliwości przedterminowego rozwiązania umowy zgłaszali również inni konsumenci (dowód: karty nr 2210, 2214, 2241, 2248, 2260, 2272-2273, 2276, 2278, 2279, 2290, 2298, 2313, 2320, 2587, 2611, 2627, 2639, 2670, 2673, 2810, 2825, 2970, 3020).

Część z konsumentów wskazywała, że była informowana, iż zawiera umowę, która została określona jako ubezpieczenie. Pomimo tego informacje przekazywane przez sprzedawców utwierdzały konsumentów w przekonaniu, że mogą się z tej umowy wycofać zachowując wpłacone środki pieniężne. Z treści skarg wynika, że prawo do wycofania wkładów jest jednym z ważniejszych warunków branych pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o skorzystaniu z przedstawianej im oferty. Prawo do wcześniejszego wycofania środków lub do kontynuacji realizacji umowy na korzystniejszych warunkach stanowi wymierną korzyść dla konsumentów, zwłaszcza jeśli weźmiemy pod uwagę warunki, na jakich są zawierane standardowe lokaty terminowe. W przypadku tych drugich konsumentów tracą prawo do odsetek w całości lub części. Jednak w ocenianym przypadku już sam fakt zapewnienia, że w przypadku rozwiązania umowy przed terminem na jaki została zawarta umowa traci się jedynie odsetki powoduje, że oferta staje się dla konsumenta atrakcyjna. Taka konstrukcja informacji wywołuje u konsumenta przeświadczenie, że w sytuacji przedterminowego rozwiązania umowy nie straci wpłaconych środków, natomiast gdy nie rozwiąże umowy uzyska wysokie oprocentowanie. Zapewnienie o wysokich korzyściach zostało omówione wcześniej. Dlatego też już samo zapewnienie, że w przypadku przedterminowego rozwiązania umowy konsument nie straci żadnej kwoty z powierzonych środków jest silnym determinantem podjęcia decyzji o zawarciu umowy.



### Stosowane przez Bank techniki prezentacji korzyści

Konsumenci informowali również, że w trakcie prowadzonych rozmów wykorzystywane są różnego rodzaju materiały zawierające wykresy, tabele.

- „Zdecydowałem się na podpisanie umowy, po trwającej około 90 min. rozmowie z panem ..., ponieważ opisywany produkt wydawał mi się atrakcyjny, przedstawione mi ulotki i informacje o średniorocznej stopie zwrotu za lata 2007 – luty 2012 prezentowały się bardzo obiecująco” (dowód: karta nr 2195),

Konsumenci wskazywali, że w trakcie spotkania dokonywane były wyliczenia obrazujące wyniki osiągnięte dzięki powierzeniu środków (dowód: karty nr 2180-2181, 2272-2273. 2590).

- „(...) jako „wyjątkowy klient banku” – otrzymałem telefon z Idea Banku, że mogę wyjątkowo atrakcyjnie ulokować posiadane środki, ale szczegóły dostępne są tylko na spotkaniu z doradcą w oddziale banku. (...) Doradca zaproponował mi produkt, jego zdaniem świetny i cytuję jego słowa: „tylko szybko zdecydować się bo właściwie to on już się skoczył no ale on-czyli doradca-ma jeszcze możliwość mi to załatwić”. Chodziło o podział środków pół na pół tzn. połowa z nich idzie an wysoko oprocentowaną lokatę na trzy miesiące a druga na lokatę sześciomiesięczną no ale już z niższym oprocentowaniem i przez pół roku jest „nie do ruszenia” a po upływie tego terminu można bezkosztowo z tego wyjść” (dowód: karty nr 2278-2279),

- „Pokazała symulacje finansową zysków w okresie 5 lat i dalej manipulowała tabelkami i wykresami z bardzo korzystnym zyskiem” (dowód: karta nr 2851)

W trakcie prezentowania produktów sprzedawcy posługują się różnymi dodatkowymi instrumentami. Wykresy obrazujące hipotetyczne zyski, tabele dotyczące przyszłych zysków są instrumentami, które w przystępny sposób obrazują informacje przekazywane przez sprzedawców. Jednymi z załączników do deklaracji zgody przystąpienia do ubezpieczenia są wykresy, które szczegółowo zostały opisane w części ustalającej (dowód: karty nr 2408, 2409). Przedstawiają one wartości środków, które są inwestowane, a także potencjalne zyski, przy czym jedynymi zmieniającymi się wartościami w tych wykresach są potencjalnie osiągnięte zyski. Wykres obrazujący zmianę wartości rachunku udziałów przyjmowanych w kolejnych miesiącach prezentuje nieznaczny wzrost jego wartości, jednocześnie wartość ta jest zbliżona do wartości początkowej. Natomiast wartość wykupu, co prawda w początkowym okresie wynosi ok. 82% wartości wyjściowej alokowanej kwoty, to jednak w tym przypadku najważniejszym przekazem jest to, że wartość rachunku nie zmniejsza się, a nieznacznie wzrasta. Oba wykresy świadczą o pewności i stabilności przedmiotowych produktów w czasie realizacji umowy. Porównując wypowiedzi zawarte w skargach z przedmiotowymi wykresami, należy stwierdzić, że sprzedawcy potwierdzają przekaz wynikający z tych wykresów co do pewności stałej wartości środków pieniężnych na rachunkach w trakcie realizacji umów oraz możliwości osiągnięcia zysku. Istotne jest to, że przedmiotowe wykresy nie są instrumentem reklamowym, lecz załącznikiem do umowy. W efekcie tego stanowią element umowy. Tym samym powinny w sposób pełny i rzetelny informować o cechach produktów. Jednak w oparciu o te wykresy konsument nie ma możliwości ocenić ryzyk jakie wiążą się z produktami. Tym bardziej, jak przytoczono w części ustalającej, konsument jest informowany jedynie o ryzyku kredytowym.

Przedstawienie wykresu bardziej oddziałuje na świadomość konsumenta co do możliwości osiągnięcia potencjalnego zysku niż zestawienie liczb. Również prezentacja w ujęciu tabelarycznym kwot dotyczących wpłat oraz przewidywanych zysków w przystępny sposób obrazuje potencjalne korzyści. Posługiwanie się dodatkowymi materiałami powoduje, że przekazywane przez sprzedawców informacje są bardziej wiarygodne. Konsument otrzymuje bezpośredni przekaz, że dane o potencjalnych zyskach są wiarygodnymi danymi

przygotowanymi przez analityków Banku, a nie zostały przygotowane przez sprzedawcę. Dzięki wykorzystaniu przedmiotowych instrumentów u konsumentów wywoływane jest przekonanie, że podejmują oni racjonalne decyzje w oparciu o rzetelne dane i analizy.

#### Dokumenty stosowane przez Bank dotyczące obsługi klientów

Jak ustalił Prezes Urzędu, Bank w roku 2013 przyjął do stosowania dokumenty zawierające ogólne zasady postępowania oraz standardy obsługi w zakresie wdrażania i oferowania produktów ubezpieczeniowych swoim klientom oraz późniejszej obsługi tych produktów (dowód: karty nr 2463-2471, 2471-2478). Kwestionariusz pn „Analiza Finansów Osobistych” został zatwierdzony 25 lutego 2013 r., dokument pn. Polityki sprzedaży produktów bancassurance” został zatwierdzony 31 lipca 2013r., „Procedura sprzedaży produktów inwestycyjnych oraz inwestycyjno-ubezpieczeniowych w Idea Bank S.A.” została zatwierdzona 29 listopada 2013 r. natomiast „Księga Standardów Obsługi Klienta Idea Bank” została zatwierdzona 23 grudnia 2013r.

Z dokumentów tych wynika, że konsument powinien otrzymać Warunki ubezpieczenia w celu zapoznania się z nimi. Również z materiałami informacyjnymi konsument powinien mieć możliwość zapoznania się w sposób swobodny (dowód: karta nr 2465).

Z wewnętrznych regulacji wynika, że pracownik na początku spotkania zobowiązany jest do dokonania analizy sytuacji klienta, jego doświadczenia inwestycyjnego, potrzeb oraz skłonności do ryzyka. W tym celu konieczne jest wypełnienie formularza „Analizy Finansów Osobistych” (dowód: karta nr 2474). Oceniane ma być dopasowanie produktu do wiedzy, skłonności do ponoszenia ryzyka przez klienta. Z procedur wynika, że jeśli otrzymany zostanie negatywny wynik analizy, automatycznie drukowane jest odpowiednie oświadczenie tego dotyczące (dowód: karta nr 2474). Po wypełnieniu, formularz powinien zostać wydrukowany w dwóch egzemplarzach i podpisany przez klienta przed przystąpieniem do oferowania produktów inwestycyjnych. W procedurach nie zastrzeżono jednak obowiązku wręczenia jednej kopii konsumentowi. Pracownicy zostali jedynie poinformowani, że w przypadku, gdy klient życzy sobie kopię ww. analizy, należy ją wykonać (dowód: karta nr 2457).

Z procedur wynika, że sprzedawca ma obowiązek przedstawić informacje o rodzaju i istotnych cechach oferowanego produktu. Określony został szczegółowy zakres przekazywanych informacji w sposób ogólny i uniwersalny dla różnych produktów (dowód: karty nr 2474-2476).

Wprowadzono również obowiązek podejmowania odpowiednich działań po spotkaniu polegających na kontakcie za pośrednictwem poczty elektronicznej lub telefonu (dowód: karta nr 2477).

W dokumencie przeznaczonym dla pracowników określającym standardy obsługi klienta przygotowane zostały tematy i propozycje krótkich pytań, które mogą być wykorzystane przez pracowników w trakcie spotkania w celu dokonania analizy sytuacji klienta, co w szczególności dotyczy sytuacji finansowej (dowód: karty nr 2489-2491).

Analiza powyżej powołanych dokumentów potwierdziła wnioski, które Urząd wysnuł na podstawie przytoczonych fragmentów skarg we wcześniejszych punktach opisujących korzyści, o których byli zapewniani konsumenci. Analiza dostarczonych materiałów szkoleniowych oraz dokumentów określających procedury, a także standardy obsługi wykazała, że zawierają one ogólne wytyczne co do postępowania etycznego w ramach prowadzenia sprzedaży produktów. Wytyczne dotyczą przeprowadzania w trakcie rozmów ogólnej analizy sytuacji konsumenta oraz jego preferencji. Dodatkowo pracownicy są zobowiązani do przedstawiania cech produktów, przy czym w dokumentach nie stwierdzono zaleceń co do informacji, które powinny być przedstawiane ze szczególną uwagą. Stosowane

przez pracowników dokumenty, które mają być wykorzystywane jako materiały szkoleniowe, czy też określające sposób postępowania w trakcie kontaktu z klientami nie potwierdzają, zwrócenia uwagi sprzedawców na konkretne ryzyka o których powinni szczegółowo informować konsumentów. Należy zauważyć, że omówione wcześniej wykresy stanowiące załączniki do deklaracji przystąpienia również nie przedstawiają przykładu, który zobrazowałby sytuację poniesienia straty w przypadku wystąpienia któregoś z ryzyk opisanych wcześniej.

Biorąc pod uwagę powyższą analizę dokumentów wykorzystywanych przez sprzedawców regulujących procedury sprzedaży produktów oraz opisy przedstawione przez konsumentów co do przekazywanych im informacji, pomimo różnic co do przekazywanych konsumentom informacji o długości trwania umów, czy też różnic stosowanych technik prezentacji, Prezes Urzędu stwierdził, że w każdym przypadku jest stosowany taki sam sposób prezentacji korzyści związanych z zachęceniem konsumentów do przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi.

Konsumenci przychodzący do Banku są informowani o możliwości otrzymania korzystniejszych warunków niż na standardowej lokacie dzięki zawarciu umów proponowanych przez sprzedawców. W przypadku, gdy klienci deklarują chęć zawarcia umowy lokaty terminowej, uważając Bank za instytucję zaufania publicznego nie mają podstaw, aby obawiać się, że proponowane są im produkty o innych cechach. Konsumenci podejmując decyzje nabywcze dotyczące zwykłych codziennych spraw są przyzwyczajeni do faktu, iż jako stali klienci otrzymują różnego rodzaju bonusy. Tym samym fakt, iż otrzymują możliwość założenia lokaty na lepszych warunkach finansowych nie musi wzbudzić w nich uczucia zaskoczenia, niepewności, czy też niedowierzania. Nie muszą oni obawiać się, iż proponowany produkt jest zupełnie innym produktem, o innych cechach niż lokata terminowa w zakresie bezkosztowego rozwiązania umowy.

Omawiane powyżej korzyści, jakie są prezentowane przez sprzedawców dotyczą głównie możliwości rozwiązania umowy przed terminem oraz uzyskania dodatkowych korzyści finansowych. Dzięki temu skarżący mogą uważać, że będą mogli rozwiązać umowy w dowolnym momencie gdy zaistnieje taka konieczność. Natomiast, gdy nie będą potrzebować środków pieniężnych umowa będzie dalej obowiązywała i zyski będą pomnażane. Biorąc pod uwagę, że dla konsumentów bardzo ważna jest możliwość wycofania środków w niedługim czasie po zawarciu umowy lub w dowolnym momencie, uzyskanie takiego prawa jest czynnikiem, który może doprowadzić do podjęcia decyzji o zawarciu umowy, której by nie podjęli, gdyby zdawali sobie sprawę ze wszystkich warunków, na jakich zawarli umowy, które to warunki zostaną opisane w dalszej części decyzji. Czynnikiem ekonomicznym, który w tym przypadku polegał na uzyskaniu wyższego oprocentowania jest jednym z najsilniejszych determinantów podejmowanych decyzji nabywczych.

### **Ryzyka związane z zakupionymi produktami**

Bankowi zarzucono, iż prezentacja możliwości przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi jest prowadzona w sposób mogący wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie ryzyk związanych z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach przedmiotowych produktów.

W opracowaniu Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 26 września 2012r. w sprawie praktyk sprzedażowych związanych z oferowaniem produktów inwestycyjnych skierowanym do podmiotów z rynku bankowego i ubezpieczeniowego zostało stwierdzone co następuje: *„Oferujący produkty inwestycyjne powinni w sposób zrozumiały zapoznawać potencjalnego klienta ze wszystkimi rodzajami ryzyka związanego z produktem (wypełnienie tego wymogu*

*powinno być wykonane w sposób, umożliwiający weryfikację poprawności jego spełnienia w przyszłości) oraz upewnić się, że klient to ryzyko rozumie. W szczególności przekazując klientom stosowne informacje należy uwzględnić: ryzyko rynkowe związane ze spadkiem wartości aktywów bazowych, na których oparty jest produkt. Konieczne jest czytelne zaprezentowanie klientowi, na jakiej formule opiera się stopa zwrotu i jak będzie się ona kształtować w różnych warunkach rynkowych (przy uwzględnieniu co najmniej aktualnych warunków rynkowych oraz sytuacji niekorzystnego kształtowania się parametrów rynkowych wpływających na stopę zwrotu produktu inwestycyjnego). Klient powinien mieć możliwość sprawdzenia ex ante rentowności i płynności produktu przy różnych scenariuszach. W przypadku dokonywania porównań pomiędzy instrumentami istotne jest dobranie adekwatnej pod względem profilu (zwrotu i ryzyka) bazy do analizowanej inwestycji. Ryzyko upadłości bądź niewypłacalności podmiotu, który dysponuje powierzonymi środkami (jeżeli środki nie są objęte gwarancjami ustawowymi). Potencjalny klient powinien zostać poinformowany, jaka część jego środków podlega ochronie oraz na czym ta ochrona polega. Jeżeli środki nie są objęte ustawowym systemem gwarantowania zainwestowanych środków, należy zapoznać klienta z oceną wiarygodności finansowej podmiotu, który dysponuje powierzonymi środkami oraz wskazać, kto tej oceny dokonał, w jakich okolicznościach i według jakiej skali oceny. Ryzyko płynności związane z warunkami wycofania środków przed terminem, przy wyraźnym wskazaniu wszelkich prowizji, opłat, potrąceń i kar związanych z wcześniejszym zakończeniem inwestycji”:*

[/http://www.knf.gov.pl/Images/praktyki\\_sprzedazowe\\_26\\_09\\_2012\\_tcm75-31955.pdf/](http://www.knf.gov.pl/Images/praktyki_sprzedazowe_26_09_2012_tcm75-31955.pdf/).

Jak wynika z powyższego fragmentu przedsiębiorca, aby wypełnić obowiązek informacyjny względem konsumentów musi podawać informacje o ryzykach, jakie wiążą się ze sprzedawanymi przez niego produktami. Jest to w tym przypadku szczególnie ważne, gdyż dotyczy oszczędności konsumentów. Jak już zostało wcześniej stwierdzone podjęcie niewłaściwej decyzji dotyczącej ulokowania swoich środków pieniężnych naraża konsumentów na bardzo duże trudności finansowe. Natomiast Bank jako instytucja zaufania publicznego ma obowiązek wprowadzać procedury, które zapewnią, iż konsumenci będą podejmować racjonalne decyzje.

Na podstawie przedstawionych przez Bank wzorów Oświadczeń, z którymi zapoznanie się potwierdzają konsumenci określone zostały główne ryzyka, jakie wiążą się z powierzeniem przez konsumentów środków pieniężnych w ramach grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi:

- ryzyko utraty części środków zgromadzonych w ramach Ubezpieczenia, w przypadku rezygnacji z Ubezpieczenia przed końcem Okresu Ubezpieczenia;
- ryzyko związane ze spadkiem wartości instrumentów finansowych, w które inwestuje Fundusz (UFK). W Okresie ubezpieczenia Wartość Rachunku, na którym ewidencjonowane są Jednostki Funduszy nabyte za Składkę Regularną oraz Składki Dodatkowe może ulegać znacznym wahaniom ze względu na zmiany wyceny instrumentów finansowych wchodzących w skład Funduszu (UFK), w szczególności może być znacząco niższa niż wartość wpłaconych Składek Regularnych i Składek Dodatkowych,
- ryzyko kredytowe, które obejmuje ryzyko niewypłacalności emitentów instrumentów finansowych, w których lokowane są aktywa Funduszu (UFK) oraz ryzyka kontrahenta, od którego Towarzystwo Ubezpieczeń nabywa instrumenty finansowe wchodzące w skład aktywów Funduszu (UFK), przez które należy rozumieć:
  - a) sytuację finansową emitenta mogącą mieć negatywny wpływ na cenę wyemitowanych instrumentów finansowych bądź możliwość otrzymania przychodów i zysków z lokat Funduszu (UFK) lub otrzymania całej kwoty z tytułu wykupu instrumentów, w które lokowane są środki Funduszu (UFK);

b) wystąpienia po stronie kontrahenta Towarzystwa Ubezpieczeń trwałej lub czasowej niezdolności do obsługi zadłużenia, w tym do realizacji zobowiązań z tytułu transakcji zawartych na rynku finansowym (umów depozytów terminowych, jednostek uczestnictwa funduszy inwestycyjnych, wyemitowanych obligacji, instrumentów pochodnych).

- ryzyko ograniczonej płynności, które jest związane z dokonywaniem wypłaty Świadczenia Wykupu w trakcie trwania Okresu Ubezpieczenia lub realizacji przeniesień środków pomiędzy Funduszami (UFK) w sytuacji, gdy fundusze inwestycyjne lub instytucje - wspólnego inwestowania, w które lokowane są aktywa Funduszu (UFK) zawieszają nabywanie tytułów lub jednostek uczestnictwa funduszy inwestycyjnych lub instytucji wspólnego inwestowania (dowód: karty nr 2527-2543).

Analiza treści skarg wykazała, iż konsumenci nie zdawali sobie sprawy z istnienia ryzyk związanych z powierzeniem środków pieniężnych w sytuacji przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Główne zarzuty, jakie stawiali cechom ww. ubezpieczeń grupowych opisanym w niniejszej decyzji dotyczyły ryzyka związanego z utratą części zapłaconej składki, w przypadku rezygnacji z ubezpieczenia przed końcem okresu ubezpieczenia.

#### Ryzyko utraty części lub całości środków

Konsumenci informowali, że w sytuacji, gdy przed upływem terminu, na który zawierali umowy chcieli je rozwiązać kwota, jaka miała zostać im zwrócona była znacznie niższa niż wartość wpłaconych środków pieniężnych.

- „Podkreślam, że nie było mowy o dodatkowych opłatach” (dowód: karta nr 2175),

- „(...) ostateczna kwota wypłaty będzie nie mniejsza niż wysokość składki zainwestowanej, która w moim wypadku wynosi (zgodnie z informacją z listu) 50.000 zł. (...) Doradca w oddziale Banku zapewniał mnie, że ochroną objęty jest cały wpłacony przeze mnie kapitał (składki do zainwestowania). Z prostego rachunku wynika, że kwota objęta ochroną powinna wynieść 70,619,79 zł ( $120 \times 500,99 \text{ zł} + 10\,599 \text{ zł}$ ), a nie 50.000,00 zł” (dowód: karty nr 2186-2187),

- „doradca niestety potwierdziła moje najgorsze obawy, że w razie rezygnacji z ubezpieczenia, mimo upływu 10 miesięcy nie otrzymam zwrotu 100% kapitału, a jedynie znacznie „okrojona” jego część” (dowód: karta nr 2196),

- „Nic nie wspomniał, ani o kosztach przystąpienia do ..., ani o ryzyku nie otrzymania zadeklarowanej kwoty na koniec okresu oszczędzania. Wręcz przeciwnie, zapewniał mnie, że w każdej chwili będę mogła zrezygnować z lokaty i, że w najgorszym razie otrzymam zwrot 100% wartości tzn. ...” (dowód: karta nr 2200),

- „Doradca bankowy gwarantował, że jest to produkt w pełni elastyczny, że po roku obniżymy składki i, że dobrze ulokowałem swoje środki. Po dostarczeniu mi pakietu powitalnego i polisy we wrześniu 2012, .... dalej podtrzymywała, że mogę obniżyć składkę. Mój niepokój wzbudziła informacja udzielona mi przez infolinię ..., gdzie pracownik w sposób jasny, powiedział mi, że obniżenie składki z 12.000 PLN rocznie do 3.600 PLN nie jest możliwe w tym produkcie, a jeśli nie zapłacę składki polisa zostanie rozwiązana z mojej winy i stracę prawie wszystkie zgromadzone środki. (...) Wiedząc o tym że mój produkt jest produktem dziesięcioletnim oraz, że ulokowane środki, dofinansowujące w przyszłości moją emeryturę będą ulokowane bezpiecznie, jak i również, że w każdej chwili będzie możliwość obniżenia składki z poziomu 12.000 zł rocznie na 3.600 rocznie zdecydowałem się na wyżej wspomniany produkt. Jednak w momencie gdy okazało się, że takie obniżenie składki wiąże się z zerwaniem umowy i utratą wszystkich zgromadzonych środków nigdy bym się nie zgodził na takie rozwiązanie” (dowód: karta nr 2248),

- „Obecnie po stwierdzeniu jak ogromne opłaty są ode mnie pobierane i jak duże koszty będę musiał ponieść w związku z rezygnacją z tego produktu stwierdzam, że ewidentnie zostałem wprowadzony w błąd przez pracownika banku zapewniającego mnie o możliwości

*zwrotu kapitału w całości i to po upływie 6 m-cy tym bardziej, iż dopiero z doręczonej mi w dniu ... tabeli opłat i limitów dowiedziałem się, że okres ubezpieczenia wynosi 10 lat”* (dowód: karta nr 2287).

W przypadku powiązania produktów ubezpieczeniowych z zawarciem umowy kredytu konsumenckiego konsumenci stwierdzili, że „w momencie podpisania Umowy Kredytowej w Idea Bank, doradca Banku wprowadził nas w błąd, informując, że w/w ubezpieczenie w firmie ... jest bezpośrednio związane z ubezpieczeniem Kredytu i jest to opłata obowiązkowa do w/w Kredytu”. Konsumenci wnieśli o zwrot wpłaconych na ww. ubezpieczenie środków (dowód: karta nr 2633).

Na niższą wartość środków znajdujących się na kontach miały również wpływ pobierane w trakcie realizacji umowy opłaty, o czym konsumenci również nie byli informowani (dowód: karty nr 2210, 2214, 2267-2268, 2639, 2641, 2658, 2670, 2810, 2823, 2880, 2925, 2970).

Z powyżej przytoczonych fragmentów skarg wynika, że na podstawie przekazanych przez sprzedawców informacji konsumenci uważali, że w przypadku rozwiązania umów przed upływem terminów umów otrzymają przynajmniej zwrot wpłaconych środków pieniężnych. Natomiast faktycznie nie byli oni informowani, że mogą otrzymać znacznie mniejsze kwoty. W sentencji decyzji postawiono zarzut dotyczący nie informowania konsumentów o kosztach związanych z rozwiązaniem umowy. W przytoczonym wcześniej stanowisku KNF stwierdzone zostało, że konsumenci powinni być informowani o ryzyku płynności związanym z warunkami wycofania środków przed terminem, przy wyraźnym wskazaniu wszelkich prowizji, opłat, potrąceń i kar związanych z wcześniejszym zakończeniem inwestycji. Na podstawie tych okoliczności, Prezes Urzędu uznał, że konsumenci powinni być informowani o wszystkich kosztach bez względu na ich nazwy, które są pobierane z wpłaconych przez konsumentów środków, a które mają wpływ na wartość, która zostanie wypłacona w sytuacji rozwiązania umowy przed terminem. Ze skarg wynika, że nie zdawali oni sobie sprawy z tego, że są pobierane opłaty pomniejszające wartość wpłaconych środków przechowywanych na rachunkach. Dodatkowo nie wiedzieli, że wysokie opłaty są pobierane również z tytułu przedterminowego rozwiązania umów. Przedstawienie konsumentom opisanych powyżej informacji było dla nich bardzo ważne, gdyż zawierali oni umowy m.in. ze względu na możliwość ich rozwiązania przed terminem. W efekcie tego zaniechania nie mieli świadomości co do faktycznych kosztów, jakie wiążą się z oferowanymi produktami. Jak zostało wykazane we wcześniejszej części decyzji, konsumenci są szczegółowo informowani o korzyściach związanych z prawem do wycofania powierzonych środków pieniężnych przed upływem terminu na jaki zostały zawarte umowy. Sposób przedstawienia tych korzyści spowodował, że konsumenci podejmują decyzje na podstawie ustnie przekazanych informacji. Pomimo, że w warunkach umów, z zapoznaniem się których konsumenci potwierdzali własnym podpisem były zawarte informacje o występowaniu ryzyka związanego z możliwością nieotrzymania zwrotu części lub nawet całości wpłaconych środków w sytuacji przedterminowego rozwiązania umowy, to jednak sugestywność przekazu powoduje, że konsumenci nie zwracają na to uwagi, przy czym przedmiotem oceny niniejszego postępowania nie jest, to czy Bank wręczał konsumentom dokumenty zawierające informacje o opłatach i kosztach. W efekcie opisanych powyżej działań konsumenci podejmują decyzje o zawarciu umów, których by nie podjęli, gdyby sprzedawcy w sposób równie jasny i jednoznaczny przedstawiali informacje o kosztach i opłatach i innych ryzykach, jak o potencjalnych korzyściach.

#### Ryzyka nie osiągnięcia zysku i poniesienia straty

Konsumenci składali również skargi z uwagi na fakt, że nie zostali w sposób wystarczający poinformowani o ryzyku nie osiągnięcia zysku. Ryzyko to wynika z tego, że ubezpieczeniowy fundusz kapitałowy jest zależny od zmiany wartości wystawionych instrumentów pochodnych i nie jest z góry określony, a także pobieranych opłat.

- „Nie poinformowano mojego Mocodawcy o wszystkich rodzajach ryzyka związanego z produktem wraz z określeniem ich poziomu. Nie poinformowano go o mechanizmie wyznaczania zysku, o wszystkich czynnikach mających wpływ na ten zysk, o minimalnym gwarantowanym poziomie zysku ani o możliwości poniesienia straty i jej wysokości. Z drugiej strony poinformowano mojego Mocodawcę o 100%-owej ochronie kapitału, co jest niezgodne z prawdą. Mój Mocodawca nie otrzymał żadnej informacji ani o sposobie udostępnienia wyników inwestycji, ani o przejrzystym mechanizmie wyceny inwestycji, ani o faktycznej wysokości gwarantowanych środków bądź przejrzystych mechanizmów wyznaczania kwoty środków objętych gwarancją określoną kwotowo” (dowód: karta nr 2167).

- „(...) na moim rachunku na dzień ... zgromadzona była jedynie kwota 3.265,23 zł, w sytuacji gdy do tego dnia dokonałem wpłaty na kwotę 13.506,93 zł i taka kwota powinna być zainwestowana, o czym zapewniał mnie Państwa doradca wskazując nawet wzór matematyczny zawarty w regulaminie” (dowód: karta nr 2186),

- „Dnia .... podczas spotkania w w/w oddziale Idea Banku z innym bankierem, ... w celu uzyskania informacji na temat warunków umorzenia polisy UFK ... oraz likwidacji Rachunku dowiedziałem się, że zostałem wprowadzony w błąd przez .... (na dzień dzisiejszy zamiast zysku 4,13% netto na 3 mies. lokacie straciłem ok. 3000 zł). Pan ... świadomie nie poinformował mnie o wszystkich szczegółach związanych z proponowanym produktem oraz kosztach związanych z rezygnacją po upływie 3-4 miesięcy na które chciałem ulokować swój kapitał” (dowód: karta nr 2241),

- „Gdybym została poinformowana o opłatach, o których nie byłam informowana i które nie zostały mi przedstawione – nigdy bym nie zdecydowała się na taką „inwestycję” jak ubezpieczenie!!! (...) Doradca ani słowem nie wspomniał o pobieranych opłatach za zarządzanie przez pierwsze sześć miesięcy co miesiąc – o żadnych opłatach nie wspomniał nawet! – do tej nie otrzymałam żadnej tabeli prowizji i opłat (...). Logując się w ... - po otrzymaniu certyfikatu – do tego systemu ujrzałam jak stopniały moje życiowe oszczędności!!!” (dowód: karty nr 2280, 2282, 2283),

- „Na rachunku co miesiąc pobierana jest kwota około 5 tysięcy złotych i w związku z tym stan konta jest znacznie mniejszy” (dowód: karta nr 2290),

- „Nie poinformowano mnie też o ryzyku związanym ze spadkiem wartości indeksów, ryzyku utraty części składki jednorazowej, ryzyku wynikającym z ograniczonej płynności produktu. Nadto poinformowano mnie o 100%-owej ochronie kapitału, co jest niezgodne z prawdą, od tej zasady istnieją istotne wyjątki. Nie poinformowano mnie o ryzyku inwestycyjnym oraz o tym, że wartość funduszy może zostać dobrowolnie określona przez agenta kalkulacyjnego. A także o tym, że wartość udziału jednostkowego może ulegać istotnym zmianom w trakcie trwania okresu ubezpieczenia” (dowód: karta nr 2227),

„(...) prosiłam o przedstawienie produktów, które pozwolą mi w dłuższym okresie inwestowania zwiększyć swój kapitał bez ponoszenia jakiegokolwiek ryzyka straty. W rozmowach z (...) kilkakrotnie podkreślałam fakt, iż nie interesują mnie produkty, które nie gwarantują co najmniej zwrotu zainwestowanych pieniędzy” (dowód: karta nr 2678).

Z ryzykiem dotyczącym możliwości nieosiągnięcia zysku wiąże się możliwość wystąpienia straty. Konsumenci wpłacają określone wartości środków pieniężnych. Oczekują od Banku, iż będą one objęte ochroną. Przez ochronę konsumenci rozumieją prawo do otrzymania zwrotu równowartości wpłaconych środków pieniężnych w przypadku wypłaty z tytułu rozwiązania umów lub upływu terminów na jakie zostały zawarte (dowód: karty nr 2810, 2823-2824). Należy w tym przypadku zwrócić uwagę, że pobierane są różne opłaty w trakcie realizacji umowy. Dodatkowo zmienia się wartość jednostek uczestnictwa Funduszu, w oparciu o które wyliczana jest wartość rachunku. Szczegóły co do wielkości, które konsument otrzyma w momencie rozwiązania umowy, czy to z uwagi na przedterminowe

rozwiązanie umowy, śmierć ubezpieczonego, czy też dożycie do końca trwania umowy są opisane w warunkach ubezpieczenia. Wielkości te opisane są jako świadczenia ubezpieczeniowe (dowód: karta nr 2418).

Jedno z ryzyk związanych z wartością otrzymanych kwot dotyczy tego, że od dokonywanych wpłat są pobierane opłaty, które nie występują w przypadku powierzenia Bankowi środków pieniężnych w ramach lokat depozytowych. Dlatego też zostało stwierdzone, że kwota, którą otrzymają konsumenci w momencie zakończenia realizacji umowy może być niższa od łącznej kwoty wpłaconych środków. Skarżący uznali ten stan za stratę finansową. Konsumenci podnosili również nie podawanie w trakcie rozmowy informacji o tym ryzyku.

#### Ryzyko kredytowe oraz ograniczonej płynności

Kolejnym ryzykiem jest ryzyko kredytowe, przez które należy rozumieć możliwość wystąpienia trwałej lub czasowej niezdolności kontrahenta do obsługi zadłużenia, w tym do realizacji zobowiązań z tytułu transakcji zawartych na rynku finansowym. Jest ono również związane z sytuacją finansową emitenta.

Natomiast ryzyko ograniczonej płynności, jest związane z dokonywaniem wypłaty Świadczenia Wykupu w trakcie trwania Okresu Ubezpieczenia lub realizacji przeniesień środków pomiędzy Funduszami.

Przedmiotowe ryzyka związane są funkcjonowaniem Funduszu, w który są zainwestowane środki, na co nie ma wpływu Bank. Z jednej strony dotyczy to funkcjonowania rynku oraz wypłacalności emitenta, ale również dokonywanych wypłat z Funduszu, czy innych zmniejszeń jego wartości.

Powyżej przytoczone ryzyko jest związane z cechami przedmiotowych produktów. Są one produktami inwestycyjnymi. Ryzyko to wiąże się z niepewnością ostatecznego efektu inwestycyjnego, a więc wartości jaką konsument może otrzymać na koniec okresu trwania umowy. Skarżący, jak zostało to szczegółowo opisane w części określającej model przeciętnego konsumenta, nie mają wiedzy na temat cech zakupionych produktów. Aby zrozumieć specyfikę tych produktów konieczne byłoby ich precyzyjne przedstawienie przez sprzedawców. Dodatkowo konsumenci zwracali uwagę że zadawali sprzedawcom konkretne pytania w celu upewnienia się co do braku ryzyk i zagrożeń (dowód: karta nr 2678).

Bank poinformował również Urząd, że w przypadku wszystkich z analizowanych w niniejszej sprawie produktów nie ma gwarancji i po stronie konsumenta pozostaje ryzyko. Może wystąpić sytuacja, gdy na koniec okresu ubezpieczeniowego konsumenci nie odzyskają środków z tytułu wpłaconych jednorazowo lub wpłaconych systematycznie kwot (dowód: karty nr 2012-2013). Jak zostało ustalone we wcześniejszej części decyzji o możliwości utraty wszystkich powierzonych środków w niektórych przypadkach konsumenci byli informowani za pośrednictwem przygotowanych w formie wzorów oświadczeń przedkładanych im do podpisu (dowód: karty nr 2527-2543). Jednak dokumenty te były przedstawiane do podpisu wraz z wieloma innymi dokumentami, np. deklaracją zgody, przystąpienia. Prezes Urzędu stwierdził, że pomimo, iż dokumenty te zawierały ww. informacje, to zostały one zredagowane w bardzo nieprzejrzysty i skomplikowany sposób. Tak jak to zostało wskazane w części ustalającej opisując poszczególne ryzyka użyto pojęć, które wymagają dodatkowych wyjaśnień. Definicje zostały natomiast podane w oddzielnych dokumentach np. w warunkach ubezpieczenia. W efekcie tego konsumenci pomimo otrzymywania dokumentów przedstawionych w postępowaniu przez Bank mieliby trudność w ich zrozumieniu, wobec czego zawierali informacjom ustnie przekazywanym przez sprzedawców.

Jednocześnie analiza informacji przekazywanych przez Bank sprzedawcom w postaci procedur i standardów obsługi wykazała, że nie zostały w nich umieszczone szczególne



wskazania, co do informowania konsumentów o występujących ryzykach jakie wiążą się z przedmiotowymi produktami.

Z analizy otrzymanych skarg wynika, że konsumenci nie zdawali sobie sprawy z istnienia takiego ryzyka. W skargach opisywali jedynie pewność otrzymania zwrotu równowartości powierzonych środków. Dlatego też zostało stwierdzone, że nie przekazywano konsumentom w sytuacji proponowania im przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym informacji o ryzyku utraty całości środków, a które to ryzyko było znane Bankowi w tym czasie. W efekcie tego konsumenci w momencie podejmowania decyzji o przystąpieniu do ubezpieczeń nie są świadomi istnienia opisanego powyżej ryzyka. Biorąc pod uwagę konsekwencje jakie wiążą się z tym ryzykiem, a więc możliwość utraty wszystkich oszczędności, przekazanie konsumentom informacji o istnieniu tego ryzyka jest dla nich bardzo ważne.

Jak zostało ustalone w części zawierającej charakterystykę konsumenta oraz opis statusu przedsiębiorcy instytucje finansowe oferują konsumentom produkty wiążące się z różnym ryzykiem utraty powierzonych im środków. Przedmiotowa sprawa dotyczy produktów oferowanych przez Bank, których cechy nie są dobrze znane konsumentom. Dodatkowo istotne znaczenie w tym przypadku mają oczekiwania konsumentów co do oferowanych produktów wynikające z przekazanych im informacji. Jak wynika z zacytowanych powyżej skarg, konsumenci byli informowani o ochronie powierzanych środków pieniężnych, a nie o występujących ryzykach. Ze względu na powyższe, tak ważne jest, aby rodzaj przekazywanych informacji był dostosowany do sprzedawanych produktów oraz wiedzy konsumentów, a także ich nastawienia odnośnie poziomu ryzyka, jaki mogą zaakceptować. Dodatkowo ważna jest sytuacja finansowa konsumenta. Dlatego też zostało uznane, że Bank nie wykonuje obowiązku przekazywania pełnych i rzetelnych informacji o przedmiotowym ryzyku.

Bank dostarczył dokumenty określone jako *prezentacje grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi*. Materiały te zawierają informacje o cechach produktów w postaci potencjalnie możliwych do osiągnięcia korzyści, symulacji wyników historycznych, w postaci danych liczbowych, wykresów, tabel. Natomiast w końcowych częściach prezentacji pod nazwą „Zastrzeżenia prawne” umieszczone zostały informacje i przypisy dotyczące charakteru ubezpieczenia, wyjaśnienia dotyczące ryzyk, do których odnosiła się prezentacja w części głównej (dowód: karty nr 456-457, 485-486, 514-515, 566, 603-604, 641-642, 685, 728, 773-775, 808-810, 843-845, 878-880, 912-915, 948, 984-985, 1014-1016, 1044-1045, 1075-1079, 1107-1113, 1140-1144, 1174-1179, 1210-1214, 1243-1246, 1282-1285, 1328, 1364, 1400-1402, 1427-1429, 1468-1471). Analiza struktury tych prezentacji potwierdza fakt, iż Bank procentowo poświęca dużo więcej miejsca opisom związanym z korzyściami, jakie ewentualnie może osiągnąć konsument niż ewentualnym zagrożeniom oraz ryzykom. O zagrożeniach i ryzykach informacje zostały podane na zakończenie prezentacji w formie przypisów. W wyniku analizy tych dokumentów Prezes Urzędu stwierdził, iż w materiałach zawierających informacje o produktach przekazywanych pracownikom większość miejsca poświęcono potencjalnym korzyściom, a nie ryzyku oraz kosztom, jakie wiążą się z powierzeniem Bankowi środków pieniężnych. Dodatkowo ewentualne korzyści zostały przedstawione w sposób czytelniejszy, tj. użyto większej czcionki, użyto pogrubień, wypunktowania. Natomiast specjalnych sposobów przedstawienia w sposób przystępny nie zastosowano w przypadku opisu ryzyk. Przedmiotowy wniosek potwierdza zarzut postawiony w sentencji decyzji, że ilość przekazywanych informacji o potencjalnych korzyściach jakie mogą wynikać z zakupionych produktów powodowała, że konsumenci nie identyfikowali zagrożeń, jakie z nich wynikają.

Konsumenci o faktycznych ryzykach jakie wiążą się produktami dowiadywali się z zewnętrznych źródeł:

- „Sytuacja zmieniła się jednak diametralnie, gdy niedawno, w trakcie wizyty moich znajomych i pogawędce o różnych sprawach okazało się, że korzystali oni z podobnej oferty i po złożeniu rezygnacji z ubezpieczenia zamiast spodziewanego zwrotu kapitału otrzymali zaledwie jakąś śmieszna małą część. Wzbudziło to mój niepokój i postanowiłem sprawdzić jak sprawy wyglądają w moim wypadku. W rozmowie telefonicznej z Oddziałem w (...) poradzono mi skontaktowanie się z aktualnym doradcą” (dowód: karta nr 2196).

Skuteczność stosowanych praktyk skierowanych do konsumentów, mających na celu doprowadzenie ich do podjęcia decyzji zgodnych z oczekiwaniem przedsiębiorcy, można ocenić po sposobie postępowania konsumentów po upływie pewnego czasu od zawarcia umów. W tym przypadku ważne jest to, że konsumenci w skargach stawiali zarzuty co do cech produktów, które po pewnym czasie realizacji umów nie zgadzały się z obietnicami sprzedawców. Najczęściej konsumenci byli rozczarowani tym, że nie mogą otrzymać zwrotu całości powierzonych bankowi środków pieniężnych na żądanie oraz pobieraniem znacznych kwot w trakcie realizacji umowy i przy rozwiązaniu umów. W sytuacji stwierdzenia tej niezgodności konsumenci próbowali nawiązać kontakt z pracownikami Banku w celu otrzymania wyjaśnień. Dodatkowo stwierdzali, że spotykali się z trudnościami w kontaktach.

- „Oprócz sposobu podpisania umowy o świadczenie ww. usług, który kwalifikuje się jako wyłudzenie, obsługa ww. produktów nie spełnia warunków umowy. Chodzi min. o kontakt z opiekunem, doradcą – nie ma takiego. Nasze maile i telefony pozostają bez odpowiedzi”.

- „Bezsilni po miesiącach bezskutecznych kontaktów z Państwem jesteśmy zmuszeni przekazać sprawę do UOKiK i Komisji Nadzoru Bankowego. W przypadku negatywnej lub braku odpowiedzi z Państwa strony do (...) zgłosimy tę sprawę również na policję w związku z popełnieniem przestępstwa” (dowód: karta nr 2220).

Ważne przy ocenie niniejszej sprawy jest to, że skarżący informowali o zaistniałych problemach instytucje nadzorcze oraz instytucje ustawowo zajmujące się ochroną interesów konsumentów. Kierowali pisma do Komisji Nadzoru Finansowego, Rzecznika Ubezpieczonych, Arbitra Bankowego (dowód: karty nr 2205-2206, 2252-2258, 2305-2311, 2881). Świadczy to o tym, że konsumenci byli rozczarowani niezgodnością faktycznych cech produktów z cechami przedstawionymi im przez sprzedawców. Dlatego też Prezes Urzędu uznał, że w sytuacji, gdyby konsumenci zdawali sobie sprawę z ryzyk, a także kosztów jakie wiążą się z realizacją tych umów, nie podjęliby decyzji o przystąpieniu do tych ubezpieczeń. Bank przedstawił dane dotyczące wpływających do niego skarg konsumentów w związku z przystąpieniami konsumentów do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z UFK od 2011r. (dowód: karty nr 2025-2026, 2584). Z uwagi na fakt, że Bank otrzymywał liczne skargi konsumentów dotyczące m.in. przekazywanych im informacji o cechach produktów ubezpieczeniowych, miał świadomość istniejącego problemu. Jednak z przekazanych Prezesowi Urzędu dokumentów nie wynika, aby podjął działania, które zapewniałyby zmianę sposobu prezentowania cech produktów przez sprzedawców.

Na podstawie powyżej przedstawionej analizy Prezes Urzędu stwierdził, że część z konsumentów zgłaszających się do Banku posiadających oszczędności chciała je powierzyć w ramach oferowanych przez Bank lokat terminowych. Sprzedawcy dowiadując się, że konsumenci chcą podjąć decyzję o powierzeniu nowych środków pieniężnych lub o odnowieniu umów zawartych wcześniej proponują im rozwiązanie określane jako korzystniejsze od standardowych lokat terminowych. Przedstawiają możliwość osiągnięcia znacznych korzyści poprzez prezentowanie konkretnych kwot, jakie będą wypłacane na koniec okresu umowy. Na zadawane przez konsumentów pytania dotyczące np. możliwości

wypłaty środków pieniężnych w dowolnym czasie, czy też bardzo długiego czasu trwania umów sprzedawcy udzielali odpowiedzi w sposób utwierdzający ich w przeświadczeniu, że zawierają bardzo korzystne dla nich umowy. Korzyści jakie przedstawiali sprzedawcy zostały szczegółowo opisane wcześniej, dotyczyły one w szczególności przedterminowego wycofania własnych środków pieniężnych. Powyżej przytoczone fragmenty są jedynie przykładami, w jaki sposób konsumenci odbierali przedstawiane im przez sprzedawców informacje.

W opinii Prezesa Urzędu sposób oraz obszerność przedstawiania korzyści w porównaniu z ewentualnymi informacjami o możliwości wystąpienia ryzyk opisanych wcześniej powodował, że konsumenci podejmują decyzje pod wpływem błędnego przeświadczenia o cechach oferowanych im produktów w szczególności co do ryzyk. Mają przeświadczenie, że powierzając środki pieniężne w ramach oferowanych produktów otrzymują gwarancje jakie dają lokaty terminowe.

Z przekazanych przez Bank informacji wynika, że w 2013r. podjął działania mające na celu poprawę jakości obsługi klientów. W tym celu wprowadzone zostały do stosowania przez sprzedawców dokumenty. Jednak jak zostało ustalone wcześniej dokumenty te regulują jedynie w sposób ogólny schemat kontaktów sprzedawców z konsumentami od momentu spotkania.

W niniejszej sprawie przeanalizowano brzmienie dokumentów, z którymi konsumenci mogli się zapoznać w momencie ich podpisywania i na których składali swoje podpisy. Ich brzmienie zostało omówione wcześniej. Informacje zawarte w podpisywanych dokumentach zostały sformułowane w taki sposób, że wymagają specjalistycznej wiedzy nie tylko w zakresie produktów bankowych, ale produktów inwestycyjnych. Użyte zostały m.in. pojęcia: fundusz, wartość rachunku udziałów, jednostki funduszu, udziały jednostkowe, wartość udziałów jednostkowych, składka, składka za ryzyko, wartość wykupu, dzień wyceny, instrumenty finansowe. Pojęcia te nie są zwrotami, których konsument używa w życiu codziennym i nie funkcjonują one w słownictwie potocznym. Analiza wymienionych w części ustalającej dokumentów wykazała, że mają one charakter wzorów, które podpisuje konsument. Jak to zostało opisane wcześniej, konsument udający się do placówki Banku, do którego ma pełne zaufanie, zawiera informacjom przekazywanym przez sprzedawcę. Wierzy, że informacje jakie są mu przekazywane ustnie są najważniejszymi dla niego. Tym samym wprowadzenie do stosowania dokumentów w formie wzorów w postaci przedstawionej przez Bank tj. oświadczeń, wykresów, kwestionariusza Analizy Finansów Osobistych nie gwarantuje przekazania przez sprzedawców w trakcie rozmowy bezpośredniej konsumentom pełnych i rzetelnych informacji zarówno o zyskach, korzyściach, jak i ryzykach z jakimi wiąże się powierzenie środków pieniężnych w przedmiotowe produkty.

Z zacytowanych wcześniej fragmentów skarg wynika, że konsumenci w trakcie rozmowy deklarowali cechy produktów, które są dla nich najważniejsze. Wielokrotnie podkreślali, że dopytując się chcieli potwierdzić posiadane przez przedmiotowe produkty cechy, aby nie podjąć błędnej decyzji. Postępowanie konsumentów w trakcie rozmowy świadczy o tym, że mogli uznać, że sprzedawca znając ich preferencje w szczególności dotyczące możliwości otrzymania zwrotu środków na żądanie nie przedstawi im dokumentów dotyczących produktu, który nie gwarantuje możliwości odzyskania przynajmniej równowartości wpłaconych środków.

Z przekazanych przez Bank dokumentów nie wynika, aby zostały podjęte działania mające na celu zapewnienie konsumentom przekazanie przez sprzedawców rzetelnych, prawdziwych i niewprowadzających w błąd informacji.

Zgodnie z orzecznictwem SOKiK, przedsiębiorca ma obowiązek poinformowania w sposób rzetelny i prawdziwy o cechach oferowanego towaru już w reklamie, a klient

zwabiony jego ofertą nie ma obowiązku jej weryfikacji w miejscu sprzedaży<sup>9</sup>. Można stąd wnioskować, że konsument na każdym etapie zawarcia umowy ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd.

W niniejszej sprawie przeciętny konsument miał prawo do otrzymania pełnych, rzetelnych, niewprowadzających go w błąd informacji o cechach oferowanych produktów, w szczególności miał prawo do otrzymania informacji o wszelkich ryzykach jakie wiążą się z inwestowaniem oszczędności w przedmiotowe produkty. Informacje na temat korzyści, ale również zagrożeń oraz kosztów powinny być podawane w sposób pełny, nie zdominowany przez jeden z rodzajów informacji. Konsumenti nie musieli się spodziewać, że przychodząc do Banku i chcąc powierzyć Bankowi swoje oszczędności mogą zawrzeć umowy, na podstawie których przystąpią do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi, co będzie się wiązało z powstaniem zobowiązania długoterminowego. W wyniku przekazanych konsumentom informacji w trakcie ich wizyt w Banku, nawet ostrożni i uważni, a także wyedukowani konsumenci przy dochowaniu należytej staranności mogą podjąć decyzje o podpisaniu przedłożonych dokumentów, w efekcie czego wyrażają zgodę na przystąpienie do ubezpieczeń, których by nie podjęli, gdyby przedsiębiorca nie stosował zakwestionowanej w niniejszej decyzji praktyki.

Mając na względzie wszystkie przytoczone powyżej okoliczności stwierdzono, że Bank stosuje praktykę naruszającą dobre obyczaje. Przez dobry obyczaj w niniejszej sprawie należy uznać dostarczanie konsumentom pełnych informacji zarówno o korzyściach jak i ryzykach jakie wiążą się z produktami w takiej ilości, aby konsument mógł podjąć racjonalną decyzję co do rozporządzania swoim mieniem.

Powyżej przedstawiona analiza zaistniałych okoliczności zawierania umów przez konsumentów pozwoliła Prezesowi Urzędu na uznanie, że konsumenci co najmniej podejmowali decyzje przystąpienia do ubezpieczeń, których by nie podejmowali, gdyby posiadali pełną wiedzę o cechach oferowanych produktów w szczególności o ryzykach, jakie wiążą się z tymi produktami.

W związku z faktem, że zaistniały łącznie przesłanki wynikające z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, tj. bezprawność działań przedsiębiorcy oraz godzenie w zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu uznał ocenianą praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W świetle ww. okoliczności orzeczono jak w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

## **Ad II Środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów (rozstrzygnięcie w punkcie II sentencji decyzji)**

Prezes Urzędu nałożył na Spółkę, na podstawie art. 26 ust. 2 uokik w zw. z art. 26 ust. 1 uokik, wskazany w sentencji decyzji środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Decyzja o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz nakazująca zaniechanie jej stosowania może zatem zawierać elementy dodatkowe, m.in. w postaci: zobowiązania przedsiębiorcy do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o określonej treści lub formie lub zobowiązania do publikacji decyzji w całości

---

<sup>9</sup> wyrok SOKiK z dnia 19.12.2007 roku, sygn. XVII Ama 64/07 potwierdzony w wyroku z dnia 8.10.2008 roku, sygn. VI ACa 656/08.

lub w części na koszt przedsiębiorcy, zmierzające do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu środka zmierzającego do usunięcia skutków stosowanej praktyki przez poinformowanie konsumentów o stosowanej praktyce dotyczącej przystępowania do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi.

Jak uznał Prezes Urzędu, Spółka stosuje wskazaną w punkcie I sentencji niniejszej decyzji praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W dacie wydania przez Prezesa Urzędu przedsiębiorca nadal zawiera umowy z konsumentami w takich samych okolicznościach jak omówione w decyzji. Pomimo, iż z przekazanych informacji wynika, że Bank na kilka miesięcy zawiesił działalność polegającą na oferowaniu konsumentom przystąpienia do grupowych ubezpieczeń, to jednak wznowił tę działalność. Istotne jest to, że nadal są realizowane wcześniej zawarte umowy ubezpieczenia. Analiza dostarczonych dokumentów wykazała, że sposób prezentowania przedmiotowych produktów narusza interesy konsumentów w opisany wcześniej sposób. Dodatkowo część z konsumentów, którzy wcześniej przystąpili do przedmiotowych ubezpieczeń aktualnie jest w sporze z Bankiem co do okoliczności, w jakich przystąpiła do grupowych ubezpieczeń. W świetle powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, konieczne jest określenie Spółce środka usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów polegającego na opublikowaniu punktu I sentencji niniejszej decyzji na stronie internetowej przedsiębiorcy o adresie [www.ideabank.pl](http://www.ideabank.pl).

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. obowiązek publikacyjny zmierza do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez przekazanie do możliwie najszerszego kręgu odbiorców (konsumentów – również tych niebędących klientami Spółki, jak i innych profesjonalnych uczestników rynku) informacji o działaniu Banku uznanym za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Obowiązek ten spełni funkcję edukacyjną oraz prewencyjną; ma bowiem stanowić czytelną informację dla konsumentów i przedsiębiorców, w jaki sposób należy przekazywać konsumentom informacje, a jednocześnie ostrzegać, iż w przypadku naruszenia interesów konsumentów muszą oni liczyć się z określonymi sankcjami. Prezes Urzędu wziął przy tym pod uwagę, że nałożony obowiązek publikacyjny na stronie internetowej nie będzie wiązał się z koniecznością poniesienia przez Spółkę dodatkowych kosztów i pozostanie irrelevantny dla jej sytuacji ekonomicznej. Zastosowanie tego środka umożliwi niezwłoczne dotarcie informacji o wydanej decyzji do dużej liczby konsumentów korzystających z usług Banku.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie II sentencji niniejszej decyzji.

### **Ad III Kara pieniężna**

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może skorzystać z uprawnienia do nałożenia na przedsiębiorcę stosującego praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia umyślnie, czy też nieumyślnie. Stosownie do art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, w tym kar określonych w art. 106 tej ustawy, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszanie przepisów ustawy.

Kara nakładana przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Zawodowy (profesjonalny) charakter świadczenia usług wymaga prowadzenia działalności w sposób zapewniający poszanowanie dobrych obyczajów oraz słuszych interesów konsumentów, co wiąże się z respektowaniem obowiązujących przepisów prawa.

Ustalając wysokość poszczególnych kar pieniężnych Prezes Urzędu w pierwszej kolejności przeprowadził ocenę wagi stwierdzonych naruszeń przepisów, ustalając kwotę bazową, będącą podstawą do dalszych obliczeń. Następnie rozważono, czy w okolicznościach przedmiotowej sprawy występują okoliczności łagodzące lub obciążające, uzasadniające odpowiednio zmniejszenie lub zwiększenie kwoty bazowej, a także jaki wpływ powinny mieć te okoliczności na wysokość kary pieniężnej. W dalszej kolejności sprawdzono, czy tak obliczona kara nie przekracza maksymalnej wysokości kary, jaka została przewidziana w art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Na podstawie prawnych przekazanych informacji i dokumentów ustalono przychód przedsiębiorcy osiągnięty w 2013 roku, który wyniósł (tajemnica przedsiębiorstwa)zł (słownie: (tajemnica przedsiębiorstwa)) (dowód: karty nr 2497, 2794-2796), w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to (tajemnica przedsiębiorstwa) zł.

Prezes Urzędu uznał, iż w okolicznościach niniejszej sprawy istnieją podstawy do nałożenia na Spółkę kary pieniężnej z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie I sentencji decyzji. Zakwestionowana praktyka dotyczy przekazywanych konsumentom przez pracowników Banku informacji o grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi w sposób wprowadzający konsumentów w błąd w zakresie ryzyka związanego z inwestowaniem środków pieniężnych w ramach przedmiotowych produktów.

Biorąc pod uwagę fakt, iż przedmiotowa praktyka narusza interesy konsumentów Prezes Urzędu za celowe uznał nałożenie na Spółkę kary pieniężnej, o jakiej mowa w art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W przedmiotowym przypadku ustalając wyjściowy poziom kary pieniężnej wzięto pod uwagę naturę naruszenia. W efekcie stosowania zakwestionowanej praktyki konsumenci powierzali swoje oszczędności Bankowi przy czym oczekiwali, iż warunki realizacji umów oraz ryzyka jakie wiążą się z tymi produktami są inne niż faktyczne ich cechy. Tym samym podejmowali decyzje inne, niż decyzje, które by podejmowali, gdyby dysponowali pełną, rzetelną informacją.

Analizując powyższą sytuację stwierdzone zostało, iż Bank dopuścił się stosowania praktyki na etapie przedkontraktowym, tj. na etapie przed zawarciem kontraktu.

Nakładając karę pieniężną określoną w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu bierze pod uwagę spełnienie przesłanki określonej w ww. przepisie tj. uznanie, iż naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. W niniejszej sprawie zgromadzono informacje dotyczące rozmów przeprowadzanych z konsumentami dotyczących ich przystąpienia do grupowych ubezpieczeń na życie i dożycie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi. Analiza zgromadzonych dokumentów pozwoliła na uznanie, że Bank stosuje praktykę naruszającą interesy konsumentów. Nakładając karę pieniężną, uwzględniono całokształt okoliczności sprawy, z których wynika że nie ma dowodów wyraźnej intencji wskazującej na umyślne naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Zebrane w trakcie postępowania wyjaśnienia i informacje wskazują

zatem na działanie nieumyślne. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

Na podstawie zgromadzonych informacji stwierdzone zostało, iż konsumenci wnosili skargi na okoliczności umów zawartych już w 2011r. (dowód: karta nr 2011). W kontekście analizy wagi stwierdzonego naruszenia na podstawie tych danych zostało stwierdzone, że praktyka była stosowana długotrwale.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń. W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż natura naruszeń uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu kary pieniężnej na poziomie (tajemnica przedsiębiorstwa)% przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2013r., czyli na poziomie (tajemnica przedsiębiorstwa)zł (słownie: (tajemnica przedsiębiorstwa).

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał, że należy wziąć pod uwagę okoliczność obciążającą, którą jest znaczny zasięg naruszenia. Oceniane działanie Spółki dotyczy wszystkich konsumentów, którzy skorzystają z usług przedsiębiorcy. Zarówno tych, którzy umowy wypowiedzieli, jak i tych, których umowy wciąż są realizowane. Praktyką są dotknięci konsumenci z terenu całego kraju, przy czym należy zwrócić uwagę na masowy charakter usług świadczonych przez stronę niniejszego postępowania. Powyższe okoliczności świadczą o bardzo dużym zasięgu stosowanej praktyki, która oddziałuje na znaczną liczbę konsumentów, co uzasadnia podwyższenie wymiaru kary o (tajemnica przedsiębiorstwa)%. W efekcie tego kara została podwyższona do kwoty (tajemnica przedsiębiorstwa)zł.

Przedmiotowa decyzja dotyczy praktyki Spółki związanej z pozyskiwaniem środków pieniężnych konsumentów w wyniku przekazania informacji wprowadzających ich w błąd. W efekcie tego konsumenci mogą ponieść znaczne straty ekonomiczne poprzez utratę nawet całości wpłaconych środków. Istotne jest w tym przypadku to, że ilość wpływających do Urzędu skarg świadczy o powszechności stosowanej praktyki. Biorąc pod uwagę możliwość poniesienia przez konsumentów dotkliwych strat, przy jednoczesnej możliwości osiągnięcia przychodów przez Spółkę, Prezes Urzędu uznał, że powyższa wyliczona kara nie spełniałaby swojej funkcji, zwłaszcza w zakresie prewencji ogólnej oraz nie odstraszałaby samej Spółki przed popełnianiem podobnych naruszeń w przyszłości. Z tego względu Prezes UOKiK zdecydował się zastosować **nadzwyczajne podwyższenie kary** w stosunku do praktyki określonej w pkt. I. Ze względu na naruszenie interesu konsumentów w stopniu znacznym oraz mając na względzie konieczność podkreślenia represyjnej i prewencyjnej funkcji kary, Prezes uznał za konieczne podniesienie kwoty kary o (tajemnica przedsiębiorstwa)% do poziomu (tajemnica przedsiębiorstwa)złotych.

Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma w niniejszym przypadku miejsca.

W związku z powyższym ustalono wysokość kary na kwotę **4 172 571 zł (słownie: czterech milionów stu siedemdziesięciu dwóch tysięcy pięciuset siedemdziesięciu jeden złotych)**, co stanowi (tajemnica przedsiębiorstwa)% osiągniętego przez przedsiębiorcę w 2013 r. przychodu oraz (tajemnica przedsiębiorstwa)% maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jest ona adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ww. ustawy i współmierna do możliwości finansowych przedsiębiorcy. Prezes Urzędu uznał, że orzeczona kara powinna pełnić funkcję

dyscyplinującą i prewencyjną tak, aby zapobiec w przyszłości stosowaniu podobnych naruszeń. Niniejsza kara powinna pełnić również funkcję edukacyjną i wychowawczą, a także podkreślać naganność zakwestionowanych w niniejszym postępowaniu zachowań przedsiębiorcy.

Wobec powyższego należało orzec jak w punkcie III sentencji decyzji.

**Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiszczyć w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000.**

#### **Ad IV Koszty postępowania**

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie natomiast z art. 264 § 1 k.p.a. jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Postępowanie w sprawie stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punkcie I sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną. W związku z powyższym postanowiono obciążyć przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości **30 złotych** (słownie: trzydziestu złotych).

**Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.**

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964r. Kodeks postępowania cywilnego (tekst jedn. Dz.U. z 2014r. poz. 101 z późn. zm.) – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie IV niniejszej decyzji, stosownie do art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>32</sup> § 1 i 2 Kodeksu postępowania cywilnego, należy wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

DYREKTOR DELEGATURY  
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI  
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH  
Maciej Fragsztajn