

Nękanie ofertami jest niedopuszczalne

KONSUMENCI | Banki i wiele innych firm nagabują dawnych klientów o zawieranie nowych umów przez marketing telefoniczny. Gdzie zaczyna się bezprawność?

**MAREK DOMAGALSKI
SZYMON CYDZIK**

Jeden czy dwa telefony z banku trudno uznać za uciążliwość, ale więcej już tak. Ale klient nie jest zupełnie bezbronny.

– Słyszeliśmy, że ma pani wolne pieniądze do zainwestowania – słyszę w telefonie głos pracownika banku – mówi „Rzeczpospolitej” Grażyna K. – To kolejny z kilku telefonów, zmieniają się tylko osoby, a czasem oddziały tego samego banku. Dwa-trzy tygodnie wcześniej przelałam 20 tys. zł z tego banku do innego, aby zainwestować lepiej. Oni chyba wiedzą, co z nimi zrobiłam, że nie wydałam. Mam dosyć tłumaczenia, czy mam jakieś pieniądze. Czy jest na to rada?

Namolny bank

– Skoro klient likwiduje lokatę lub wycofuje z niej środki, to bank to widzi i może chcieć zaoferować klientowi inny produkt, być może na lepszych warunkach – wskazuje Bartosz Wyżykowski z Biura Rzecznika Finansowego. – Czy mamy wówczas do czynienia z agresywną praktyką w rozumieniu art. 9 ust. 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym? Zależy to od tego, czy bank miał zgodę na takie działania.

Jeżeli tak, to należy je uznać za zgodne z prawem. Poza tym nakłanianie do otwarcia lokaty przez telefon musiałoby mieć charakter uciążliwy. Wydaje się, że jeżeli bank telefonuje raz, to trudno uznać to za uciążliwość. Telefony musiałyby się powtarzać i mieć charakter natrętny lub napastliwy albo się powtarzać mimo sprzeciwu klienta.

Zachowanie banku można ocenić też według art. 172 prawa telekomunikacyjnego, który zakazuje tzw. marketingu bezpośredniego. Polega on na kierowaniu bezpośrednich komunikatów, w szczególności telefonicznych, do starannie wybranych, pojedynczych osób w celu uzyskania bezpośredniej odpowiedzi. Ocena legalności działania banku zależy od tego, czy miał on zgodę klienta na kierowanie do niego oferty.

Tylko wyraźna zgoda

Z treści zgody na kierowanie takich komunikatów musi wynikać jednak wyraźnie, kto jej udziela, komu, a także w jakim celu i w jakim zakresie. Zgoda nie musi być związana bezpośrednio z zawartą umową, tj. może być wyrażona niezależnie od niej i być aktualna nawet po rezygnacji z usług danego przedsiębiorcy.

– Chodzi o to, aby zgoda była jednoznaczna – mówi

OPINIA

**Zbigniew
Krüger**

adwokat z Poznania

DLA „RZ”



WAT PRAS

Telefony, niezależnie od źródła wiedzy banku o wycofaniu lokaty i dalszych losach pieniędzy klienta, mogą stanowić agresywną praktykę rynkową. Aby za taką być uznana, musi być uporczywa. Uporczywość należy interpretować jako powtarzalność, którą można stwierdzić w konkretnym przypadku, biorąc pod uwagę m.in. jej intensywność, okres, jaki upłynął od poprzedniego kontaktu, czy łatwość, z jaką konsument może się wycofać z konkretnej sytuacji. Jednorazowy telefon może zatem nie spełniać wymogu uporczywości. Jeżeli natomiast telefonów z banku będzie kilka, to niewątpliwie mamy do czynienia z zabronioną, agresywną praktyką rynkową.

Artur Koziółek z Urzędu Komunikacji Elektronicznej. – Jeśli klient banku zgodził się np. przy zawieraniu umowy o prowadzenie rachunku na kierowanie do niego komunikacji marketingowej praktyka banku będzie legalna.

Nieco inaczej patrzy na problem Małgorzata Kałużńska-Jasak, dyrektor w biurze GODO:

– Niedopuszczalne jest przetwarzanie danych w celach marketingowych po wygaśnięciu umowy łączącej firmę z klientem. Niestety, docierają do nas sygnały o takich praktykach. Wyjątkiem jest sytuacja, gdy konsument wyraził zgodę na takie przetwarzanie danych, ale nawet wówczas zawsze

ma prawo ją odwołać. Zgody wymaga też używanie telekomunikacyjnych urządzeń końcowych i automatycznych systemów wywołujących dla celów marketingu bezpośredniego.

Poszkodowany z powodu nieuczciwej praktyki rynkowej ma do dyspozycji środki cywilne i karne. W sądzie cywilnym może żądać zaniechania tej praktyki, usunięcia jej skutków, przeprosin, wreszcie naprawienia szkody. A przed sądem karnym ścigania winowajcy za wykroczenie, za co grozi do 5 tys. zł grzywny. Należy tylko wykazać, że np. bank (jego pracownicy) uporczywie „śledzi” jego pieniądze czy choćby o nie pyta. ©