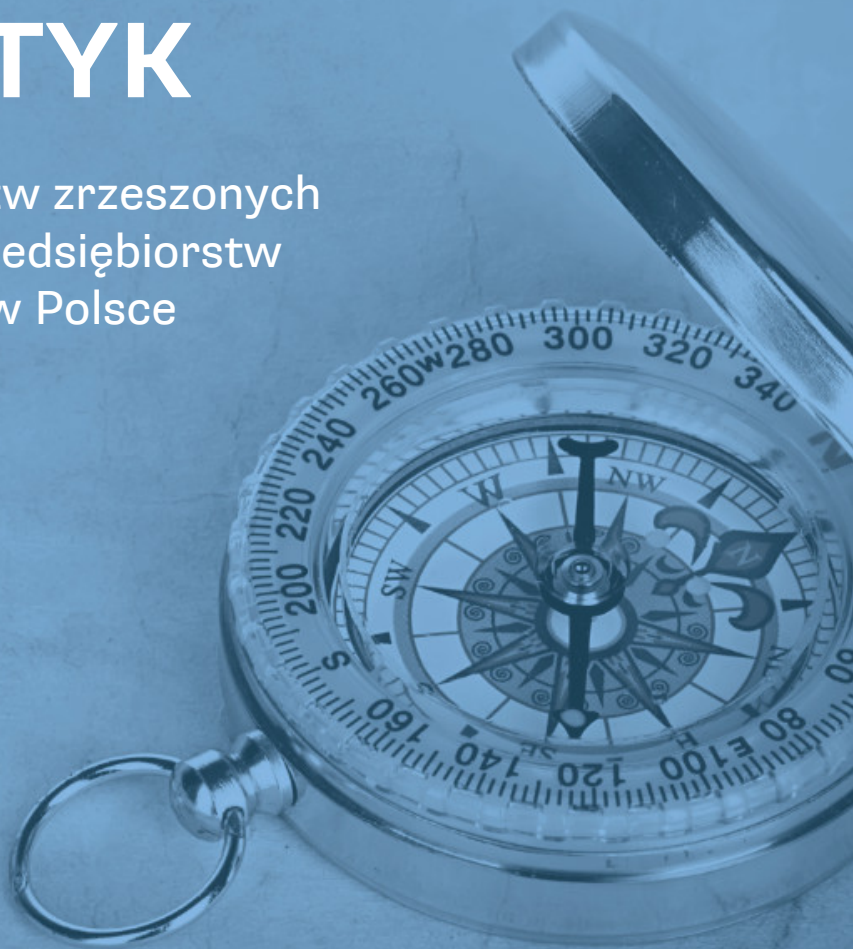


Z | P | F

Związek  
Przedsiębiorstw  
Finansowych  
w Polsce

# ZASADY DOBRYCH PRAKTYK

Przedsiębiorstw zrzeszonych  
w Związku Przedsiębiorstw  
Finansowych w Polsce





**Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce** (wcześniej Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce – Związek Pracodawców) powstał 27 października 1999 roku i obecnie skupia ponad sto kluczowych przedsiębiorstw z wielu sektorów polskiego rynku finansowego, w tym bankowości, zarządzania wierzytelnościami, pośredników finansowych, instytucji pożyczkowych, zarządzających informacją gospodarczą i kredytową, odwróconej hipoteki w modelu sprzedażowym, platform crowdfundingowych oraz ubezpieczeń. ZPF to Członek Rady Rozwoju Rynku Finansowego, powołanej do życia przez Ministra Finansów Rzeczypospolitej Polskiej oraz Członek prestiżowej organizacji samorządowej europejskiego przemysłu kredytowego EUROFINAS (European Federation of Finance House Associations), zrzeszającej siedemnaście krajowych organizacji, reprezentujących ponad 1.200 instytucji finansowych. ZPF ma w swoim dorobku badawczym już kilkaset raportów, koncentrując się merytorycznie na obszarze kredytu.



WYDANIE TRZYNASTE, wrzesień 2020 r.

COPYRIGHT © Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce

Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce

Ul. Długie Pobrzeże 30  
80-888 Gdańsk  
Tel.: 58 302 92 05  
[www.zpf.pl](http://www.zpf.pl)  
[info@zpf.pl](mailto:info@zpf.pl)

## SPIS TREŚCI

<b>MISJA ZPF .....</b>	<b>5</b>
<b>KSIĘGA I: Zasady ogólne .....</b>	<b>7</b>
Część I Postanowienia ogólne .....	7
Część II Podstawowe wartości i ideały etyczne .....	8
Część III Postępowanie wobec społeczności i środowiska .....	9
Część IV Odpowiedzialność za naruszenie postanowień Zasad .....	10
Część V Audyt Wewnętrzny .....	11
Część VI Wspólny znak towarowy ZPF .....	11
<b>KSIĘGA II: Zasady dobrych praktyk sprzedaży produktów kredytowych .....</b>	<b>12</b>
Część I Definicje .....	12
Część II Odpowiedzialne pożyczanie .....	12
Część III Ochrona informacji i ochrona danych osobowych .....	16
Część IV Pośrednik kredytowy .....	16
Część V Zleceniodawca .....	18
Część VI Niedozwolone praktyki .....	19
<b>KSIĘGA IIa: Zasady dobrych praktyk kredytowania ratalnego w ramach sprzedaży bezpośredniej .....</b>	<b>20</b>
Część I Definicje .....	20
Część II Podejmowanie przez przedsiębiorstwo finansowe współpracy z pośrednikami kredytowymi .....	21
Część III Proces udzielania kredytu przez przedsiębiorstwo finansowe oraz współpraca przedsiębiorstwa finansowego z pośrednikami kredytowymi i sprzedawcami w tym procesie .....	22
Część IV Akredytacja sprzedawców .....	23
Część V Współpraca pośrednika kredytowego z przedsiębiorstwami finansowymi i sprzedawcami .....	24
Część VI Niedozwolone praktyki .....	25
<b>KSIĘGA III: Zasady dobrych praktyk zarządzania wierzytelnościami .....</b>	<b>26</b>
Część I Definicje .....	26
Część Ia Relacje z kontrahentami .....	27
Część II Zasady komunikowania się z osobą zadłużoną .....	28
Część III Reklamacje osób zadłużonych .....	33
Część IIIa Postępowanie w przypadku podniesienia przez osobę zadłużoną będącą konsumentem zastrzeżeń dotyczących przedawnienia wierzytelności lub zakwestionowania istnienia wierzytelności .....	35
Część IV Ochrona informacji oraz ochrona danych osobowych .....	36
Część V Praktyki zakazane i niedozwolone .....	36
<b>KSIĘGA IV: Zasady dobrych praktyk biur informacji gospodarczej .....</b>	<b>38</b>
Część I Definicje .....	38
Część II Podstawowe zasady działania .....	38
Część III Obowiązki informacyjne i kontaktowanie się z osobami zainteresowanymi .....	39
Część IV Udostępnianie informacji na własny temat oraz z rejestru zapytań .....	41

---

Część V Przyjmowanie, przechowywanie i ujawnianie informacji gospodarczych.....	41
Część VI Organizacja i dokumentowanie procesu udostępniania informacji gospodarczych.....	42
Część VII Reklamacje.....	43
Część VIII Sprzeciw dłużnika .....	43
Część IX Praktyki zakazane i niedozwolone .....	48
<b>KSIĘGA V: Zasady dobrych praktyk funduszy hipotecznych.....</b>	<b>49</b>
Część I Ogólne wartości i normy etyczne .....	49
Część II Definicje.....	49
Część III Czynności podejmowane przez Fundusz w celu pozyskania Seniorów .....	50
Część IV Komunikacja z Seniorami.....	50
Część V Stan prawny i wycena nieruchomości .....	51
Część VI Czynności przedkontraktowe .....	51
Część VII Forma umowy renty dożywotniej/dożywocia.....	53
Część VIII Ochrona danych osobowych Seniorów .....	53
Część IX Przedstawiciel Funduszu.....	53
Część X Praktyki zakazane i niedozwolone .....	54
Część XI Odstąpienie od umowy przedwstępnej .....	54
Część XII Rozwiązanie umowy .....	55
<b>KSIĘGA VI: Zasady dobrych praktyk pośrednictwa finansowego.....</b>	<b>56</b>
Część I Wartości podstawowe .....	56
Część II Definicje.....	57
Część III Odpowiedzialne pośrednictwo finansowe .....	57
Część IV Reklama .....	58
Część V Informowanie klientów .....	58
Część VI Doskonalenie zawodowe .....	59
Część VII Uczciwa współpraca i etyczna konkurencja.....	59
Część VIII Współpraca pośredników z instytucjami finansowymi.....	60
Część IX Reklamacje klientów.....	61
<b>KSIĘGA VII: Zasady dobrych praktyk prowadzenia internetowych giełd wierzycelności.....</b>	<b>62</b>
Część I Definicje .....	62
Część II Podstawowe zasady działania.....	63
Część III Odpowiedzialność za prawdziwość, rzetelność i prawidłowość danych zamieszczanych na internetowej giełdzie wierzycelności .....	64
Część IV Ochrona danych osobowych .....	64
Część V Ochrona dłużnika oraz sprzeciw .....	65
Część VI Reklamacje użytkowników.....	66
Część VII Szczególne zasady dotyczące dłużników będących konsumentami.....	66
Część VIII Praktyki zakazane i niedozwolone .....	67

## **MISJA ZPF**

Naszą misją jest budowanie kapitału społecznego w sektorze finansowym w Polsce. Organizujemy profesjonalne środowisko dla uczestników sektora, stawiając do ich dyspozycji forum wymiany wiedzy i doświadczeń, promując profesjonalizm, wzajemny szacunek i poszanowanie zasad etycznych w relacjach z klientami i kontrahentami. Reprezentujemy interesy sektora finansowego wobec ustawodawców, administracji oraz opinii publicznej w Polsce i w Unii Europejskiej, osiągając nasze cele poprzez przekazywanie rzetelnej wiedzy i opinii na temat zjawisk istotnych dla harmonijnego rozwoju biznesu. Upowszechniamy wiedzę na temat rynku finansowego, współtworząc wizerunek uczestniczących w nim firm jako instytucji zaufania publicznego.



Z uwagi na misję, przyjętą do wypełnienia przez ZPF i jego Członków indywidualnie oraz dla stworzenia właściwego środowiska gospodarczego i społecznego niezbędnego do zrównoważonego rozwoju Członków Związku poprzez konsekwentną jej realizację, Walne Zebranie przyjęło niniejsze Zasady Dobrych Praktyk Związku Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce o niżej podanej treści:

## **KSIĘGA I**

### **Zasady ogólne**

#### **CZĘŚĆ I**

##### **Postanowienia ogólne**

###### **§ 1**

Niniejszy dokument stanowi zbiór zasad postępowania, opartych na ogólnych normach moralnych i zgodnych z obowiązującym na terenie Rzeczypospolitej Polskiej prawem, przyjętych do stosowania przez przedsiębiorstwa działające na rynku finansowym, w szczególności związane z rynkiem finansów konsumenckich, będące Członkami Związku Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce (zwanego dalej ZPF).

###### **§ 2**

1. Członkowie ZPF (zwani dalej przedsiębiorstwami finansowymi), przy wykonywaniu czynności zawodowych zobowiązują się przestrzegać obowiązujących przepisów prawa, postanowień niniejszych Zasad Dobrych Praktyk, zwanych dalej „Zasadami”, oraz zasad współżycia społecznego, traktując funkcjonowanie na rynku finansowym jako zobowiązanie do stosowania najwyższych standardów w działalności gospodarczej, tak by swoim postępowaniem w świadomości swoich klientów tworzyć i potwierdzać uznawanie tych przedsiębiorstw za instytucje zaufania publicznego.
2. Przedsiębiorstwa finansowe zobowiązane są współdziałać z organami ZPF oraz zobowiązane są stosować się do uchwał oraz wezwań tych organów, działających w ramach swoich statutowych upoważnień.

###### **§ 3**

Przedsiębiorstwa finansowe deklarują, kierując się poszanowaniem interesów klienta i jego praw do ochrony, iż wszelka ich działalność gospodarcza, w szczególności związana z rynkiem finansów konsumenckich, zgodna jest z obowiązującymi przepisami prawa oraz przepisami wewnętrznymi ZPF i dobrymi obyczajami kupieckimi.

###### **§ 4**

Przedsiębiorstwa finansowe, w ramach prowadzonej działalności, używają nazwę, symbole i skrót ZPF, w szczególności w pismach kierowanych do klientów, materiałach reklamowych – według standardów i na zasadach ustalonych w uchwałach Rady Związku ZPF.

## § 5

Przedsiębiorstwa finansowe wszelkie spory mogące powstać pomiędzy nimi starają się rozwiązywać w drodze polubownej, w tym z pomocą lub przy udziale właściwych organów ZPF.

## § 6

1. Przedsiębiorstwa finansowe zobowiązują się zapewnić znajomość przez ich pracowników postanowień zawartych w niniejszych Zasadach oraz do ich przestrzegania w toku wykonywania swoich obowiązków pracowniczych oraz poza godzinami pracy.
2. Przedsiębiorstwa finansowe dokładają należytej staranności, aby podmioty działające na ich zlecenie, w ich imieniu i na ich rzecz w zakresie działalności finansowej prowadzonej przez te przedsiębiorstwa finansowe, w tym podwykonawcy, podmioty zależne i pełnomocnicy procesowi, stosowały niniejsze Zasady.  
*(§ 6 ust. 2 dodany z mocą obowiązującą od dnia 1 września 2019 r.)*

## **Część II** **Podstawowe wartości i ideały etyczne**

## § 7

Za podstawowe wartości i ideały etyczne przedsiębiorstwa finansowe uznają następujące zasady:

1. **Uczciwość** – Podmiot finansowy działa uczciwie i rozważnie, z poszanowaniem słusznego interesu klientów i dobra rynku finansowego, oraz nie nadużywa swojej dominującej pozycji wynikającej z przewagi zasobów, w tym kwalifikacji lub kompetencji osób działających w jego imieniu.
2. **Staranność i kompetencje** – Podmiot finansowy prowadzi działalność rzetelnie i z należyłą starannością, dbając o to, by osoby działające w jego imieniu miały odpowiednie kompetencje zawodowe i przyjmowały postawę etyczną.
3. **Godność i zaufanie** – Podmiot finansowy postępuje w sposób budzący zaufanie oraz zapewniający poszanowanie godności klientów i kontrahentów, dbając o przejrzystość swoich działań.
4. **Zasoby i procedury** – Podmiot finansowy dysponuje zasobami oraz procedurami niezbędnymi do sprawnego wykonywania i monitorowania prowadzonej działalności i wykorzystuje je w dobrej wierze.
5. **Relacje wewnętrzne** – Podmiot finansowy dba o kształtowanie właściwych relacji ze swoimi pracownikami i współpracownikami w duchu wzajemnego poszanowania i odpowiedzialności, zapewniając odpowiednie warunki wykonywania czynności przez pracowników oraz osoby działające w jego imieniu.
6. **Zapobieganie konfliktom interesów** – Podmiot finansowy dąży do unikania konfliktów interesów, które mogłyby spowodować naruszenie słusznego interesu klientów, a jeżeli pomimo zachowania należytej staranności konflikt taki zaistniał – dąży do jego rozwiązania w sposób zapewniający uczciwe i rzetelne traktowanie klientów.



7. Informacje od klientów – Podmiot finansowy dąży do jak najlepszego poznania potrzeb swoich klientów, w takim zakresie, w jakim może to być przydatne do dostosowania jego oferty, zakresu lub poziomu świadczonych usług do sytuacji klientów.
8. Ochrona informacji o klientach – Podmiot finansowy chroni informacje o klientach i dba o to, by informacje te były wykorzystywane zgodnie z prawem.
9. Informacja dla klientów – Podmiot finansowy zapewnia klientowi jasną i rzetelną informację o oferowanych produktach i usługach oraz o związanych z nimi kosztach, ryzyku i możliwych do osiągnięcia korzyściach, ułatwiając klientowi dokonanie właściwego wyboru.
10. Profilowanie usług – Podmiot finansowy stosuje wobec klientów jednolite, merytorycznie uzasadnione kryteria, które mogą różnicować jego ofertę, zakres lub poziom świadczonych usług w zależności od sytuacji klienta lub profilu grupy klientów, co nie wyklucza możliwości indywidualnego negocjowania warunków umów.
11. Rzetelna reklama – Podmiot finansowy prowadząc działalność reklamową kieruje się zasadami uczciwej konkurencji oraz dba o to, by przekazywane informacje były rzetelne i nie wprowadzały w błąd, w szczególności w zakresie ryzyka związanego z możliwymi do osiągnięcia korzyściami.
12. Reklamacje klientów – Podmiot finansowy starannie, rzetelnie i terminowo rozpatruje reklamacje klientów, korzystając w miarę potrzeby z mediacyjnych i polubownych form rozstrzygnięcia sporów.
13. Stosunki wzajemne i uczciwa konkurencja – Podmioty finansowe we wzajemnych stosunkach kierują się dobrymi obyczajami kupieckimi, z poszanowaniem zasad uczciwej konkurencji.
14. Rozstrzygnięcie sporów wzajemnych – Podmioty finansowe dążą do rozwiązywania wzajemnych sporów, korzystając w miarę możliwości z mediacyjnych i polubownych form ich rozstrzygnięcia.
15. Działania dla rozwoju rynku – Podmioty finansowe, nie naruszając własnych interesów oraz zachowując tajemnicę zawodową i tajemnicę handlową, współdziałają w promowaniu dobrych praktyk rynkowych i ładu korporacyjnego oraz, w miarę możliwości, w eliminowaniu z praktyki gospodarczej zjawisk utrudniających rozwój rynku finansowego, w szczególności działań nieuczciwych, nierzetelnych lub niezgodnych z zasadami określonymi w tym dokumencie.
16. Stosowanie Zasad – Podmiot finansowy, który przyjął Zasady Dobrych Praktyk do stosowania, dba o to, by wszyscy jego pracownicy oraz inne osoby występujące w jego imieniu zapoznali się z tym dokumentem i stosowały się do jego zasad, a także udostępni swoim klientom i kontrahentom do wglądu pełną treść Zasad.

### **Część III**

## **Postępowanie wobec społeczności i środowiska**

### **§ 8**

Przedsiębiorstwo w swojej działalności kieruje się wysokim stopniem odpowiedzialności za środowisko naturalne. Przedsiębiorstwo jest zobowiązane dbać o ochronę środowiska, a zasoby naturalne użytkować w sposób odpowiedzialny.

## **1. Odpowiedzialność społeczna (CSR)**

### **§ 9**

Przedsiębiorstwo zaspokaja potrzeby klientów, przy jednoczesnym uwzględnieniu oczekiwań pozostałych interesariuszy, takich jak pracownicy, dostawcy, czy lokalna społeczność.

### **§ 10**

Przedsiębiorstwo winno wywierać pozytywny wpływ na otoczenie, w którym działa, czyli na lokalną społeczność oraz środowisko naturalne.

## **Część IV Odpowiedzialność za naruszenie postanowień Zasad**

### **§ 11**

1. Wszelkie sprawy związane z naruszeniem przez przedsiębiorstwa finansowe postanowień Zasad rozstrzygane są przez Komisję Etyki, przy współpracy z Rzecznikiem Etyki.
2. Zasady działania Komisji Etyki i Rzecznika Etyki określa Statut ZPF oraz Regulamin Komisji Etyki i Rzecznika Etyki, uchwalony przez Walne Zebranie.
3. Komisja Etyki składa się z minimum 3 członków wybieranych przez Walne Zebranie członków ZPF.
4. Członkami Komisji Etyki mogą być Członkowie ZPF, osoby wskazane w § 14 Statutu ZPF lub spoza ich grona.
5. Komisja Etyki wybiera spośród swoich członków Przewodniczącego.
6. Kadencja Komisji Etyki trwa dwa lata.
7. Skreślony.

### **§ 12**

1. Każdy może zgłosić do Rzecznika Etyki lub Biura ZPF naruszenie przez przedsiębiorstwo finansowe postanowień niniejszych Zasad. Zgłoszenie powinno nastąpić w formie pisemnej i zawierać opis naruszenia, którego dopuściło się przedsiębiorstwo finansowe.
2. Biuro ZPF o wniesionym zgłoszeniu niezwłocznie informuje Rzecznika Etyki.

### **§ 13**

Rzecznik Etyki, a następnie Komisja Etyki niezwłocznie podejmują działania prowadzące do rzetelnej oceny stawianych zarzutów.

### **§ 14**

W przypadku stwierdzenia naruszenia Zasad przez przedsiębiorstwo finansowe, Komisja Etyki może udzielić takiemu przedsiębiorstwu upomnienia lub nagany, lub nałożyć inne sankcje przewidziane w Regulaminie Komisji Etyki i Rzecznika Etyki, z jednoczesnym zobowiązaniem do usunięcia zaistniałych nieprawidłowości i przyczyn powstania

takich naruszeń. Może także odebrać przedsiębiorstwu finansowemu prawo używania wspólnego znaku towarowego ZPF.

#### § 15

W wypadkach szczególnie rażącego uchybienia Zasadom lub w przypadku dalszych ich naruszeń Komisja Etyki może wystąpić do Walnego Zebrania o podjęcie uchwały o wykluczeniu przedsiębiorstwa finansowego z grona członków Związku Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce w trybie przewidzianym w Statucie.

### **Część V** **Audyt Wewnętrzny**

#### § 16

W celu kontrolowania zgodności procedur stosowanych przez przedsiębiorstwo finansowe z Zasadami Dobrych Praktyk, jest ono zobowiązane do przeprowadzania raz w roku audytu wewnętrznego.

#### § 17

Audyt wewnętrzny należy przeprowadzić w oparciu o formularz audytu wewnętrznego, właściwy dla branży, w której działa przedsiębiorstwo. Wzory formularzy audytu wewnętrznego do stosowania w przeprowadzaniu audytu ustanawia uchwałą Komisja Etyki.

### **Część VI** **Wspólny znak towarowy ZPF**

#### § 18

Deklarując się do stosowania Zasad Dobrych Praktyk przedsiębiorstwo finansowe otrzymuje prawo posługiwania się wspólnym znakiem towarowym ZPF.

#### § 19

Zasady posługiwania się Znakiem określa Regulamin Znaku, ustanawiany uchwałą przez Radę ZPF.

---

## KSIĘGA II

### Zasady dobrych praktyk sprzedaży produktów kredytowych

#### Część I

#### Definicje

##### § 20

Poniższe określenia użyte w Zasadach oznaczają:

- a) klient:
  - i. klient-konsument – osoba fizyczna dokonująca lub zamierzająca dokonać czynności prawnej, niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, z przedsiębiorstwem finansowym;
  - ii. klient-przedsiębiorca – przedsiębiorca będący osobą fizyczną, osobą prawną lub jednostką organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, prowadzący we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową, dokonujący lub zamierzający dokonać czynności prawnej, związanej bezpośrednio z jego działalnością gospodarczą lub zawodową, z przedsiębiorstwem finansowym;
- b) przedsiębiorstwo finansowe – bank lub inny przedsiębiorca oferujący produkty kredytowe;
- c) produkty kredytowe – kredyty i pożyczki sprzedawane w siedzibie przedsiębiorstwa finansowego lub w sprzedaży bezpośredniej, lub za pośrednictwem upoważnionych do tego pośredników kredytowych;
- d) umowa – umowa, na podstawie której przedsiębiorstwo finansowe sprzedaje produkty kredytowe;
- e) pośrednik kredytowy – przedsiębiorca będący osobą fizyczną, osobą prawną lub jednostką organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, prowadzący działalność w zakresie pośrednictwa w sprzedaży produktów kredytowych oraz innych usług związanych z ich sprzedażą w imieniu lub na rzecz zleceńodawców;
- f) zleceńodawca – podmiot, który udziela pośrednikom kredytowym pełnomocnictwa do zawierania umów kredytowych w swoim imieniu lub na swoją rzecz;
- g) czynności pośrednictwa kredytowego – zespół czynności faktycznych i prawnych podejmowanych w celu nawiązania relacji pomiędzy klientem i przedsiębiorstwem finansowym.

#### Część II

#### Odpowiedzialne pożyczanie

##### 1. Czynności przy sprzedaży produktów kredytowych

##### § 21

Przedsiębiorstwo finansowe dąży do realizacji zasady odpowiedzialnego pożyczania, poprzez analizę zdolności klienta do spłaty zobowiązań, wynikających z zakupu przez klienta produktu kredytowego.

---

## § 22

1. Przed zawarciem umowy przedsiębiorstwo finansowe pozyskuje informacje umożliwiające dokonanie analizy zdolności klienta do spłaty zobowiązań wynikających z zakupu produktu kredytowego.
2. W przypadku korzystania z baz informacji kredytowej lub gospodarczej przedsiębiorstwo finansowe przekazuje do tych baz rzeczywiste i aktualne dane dotyczące klientów.

## § 23

Przedsiębiorstwo finansowe przed zawarciem umowy sprawdza tożsamość klienta. Sprawdzenie tożsamości nie jest wymagane przy udzielaniu klientowi informacji przedkontraktowych.

## § 24

Przedsiębiorstwo finansowe powinno zapoznać klienta z najistotniejszymi warunkami oferowanego produktu kredytowego przed zawarciem umowy, w tym o wszystkich kosztach, wymaganym sposobie zabezpieczenia oraz o ryzyku związanym z tym produktem kredytowym.

## § 25

Przed zawarciem umowy przedsiębiorstwo finansowe informuje klienta o konieczności zapoznania się z treścią umowy i na prośbę klienta, dla wyjaśnienia jego wątpliwości, udziela wszelkich stosownych informacji.

## § 26

Umowa jest zawierana nie wcześniej niż po upływie okresu koniecznego do zapoznania się przez klienta w normalnym toku czynności z jej treścią.

## § 27

Przedsiębiorstwo finansowe nie sprzedaje produktu kredytowego klientowi, jeżeli w wyniku przeprowadzonej analizy zdolności kredytowej (w tym posiadanych już przez niego produktów kredytowych) ustali, że klient nie będzie w stanie wywiązać się ze swoich zobowiązań, wynikających z zawieranej umowy.

## § 28

Przedsiębiorstwo finansowe przedstawia w sposób jasny i przejrzysty wszystkie warunki i postanowienia umowy, w szczególności dotyczy to grożących klientowi konsekwencji, w razie niewykonania lub nienależytego wykonania przez niego zobowiązań wynikających z umowy, w tym w razie opóźnienia w spłacie należności.

## § 29

1. Umowa jest czytelna, a sposób formułowania jej warunków jest zrozumiały dla każdej ze stron. Umowa nie zawiera istotnych warunków i postanowień ukrytych w niepowiązanych rozdziałach lub w przypisach do treści umowy. Warunki i postanowienia umowy nie odnoszą się do dokumentów niedostępnych klientowi.

2. Klauzule, dotyczące kosztów ponoszonych przez klienta w przypadku zakupu określonego produktu kredytowego, w tym również kosztów powstałych na skutek nieterminowej spłaty należności, nie są we wzorcach umów stosowanych przez przedsiębiorstwo finansowe przedstawiane mniejszą czcionką niż pozostałe elementy treści danego wzorca umownego.

#### § 30

W przypadku, gdy jest to uzasadnione oceną sytuacji majątkowej klienta, przedsiębiorstwo finansowe, na wniosek klienta, rozważy dokonanie restrukturyzacji zadłużenia poprzez zmianę określonych w umowie warunków lub terminów spłat, uwzględniając aktualne możliwości finansowe i gospodarcze klienta.

## **2. Reklama produktów kredytowych**

#### § 31

W żadnej ze stosowanych form reklamy przedsiębiorstwo finansowe nie przekazuje treści, które są nieprawdziwe, lub mogłyby wprowadzać potencjalnych klientów w błąd, co do cech oferowanego produktu kredytowego.

#### § 32

Reklamy przedsiębiorstwa finansowego, zawierające informację o produktach kredytowych wymagających zabezpieczenia, muszą zawierać informację o konieczności ustanowienia zabezpieczenia.

#### § 33

Reklamy nie mogą przedstawiać treści, które sugerują, że sprzedaż produktu kredytowego obciążonego ryzykiem odbywa się z pominięciem procedury oceny zdolności klienta do spłaty zobowiązań, wynikających z zakupu takiego produktu kredytowego.

#### § 34

Przedsiębiorstwo finansowe przestrzega zasady, że jeśli w reklamie ukazywane są warunki spłaty zobowiązań, wynikających z zakupu produktu kredytowego, to przedstawiane są tylko te warunki, które zawarte są w umowie.

## **3. Niewykonanie umowy przez klienta**

#### § 35

Przedsiębiorstwo finansowe, w przypadku niewykonania umowy przez klienta, nie może podejmować niewspółmiernych środków w celu odzyskania należnych mu kwot, a w szczególności nie może podejmować działań o charakterze pozaprawnym lub bezprawnym.

#### § 36

Łączna kwota odsetek za opóźnienie i opłat karnych, wynikających z zawieranych przez przedsiębiorstwo finansowe umów, powinna być współmierna do kosztu przedsięwzięcia.

stwa finansowego, poniesionego na skutek niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania przez klienta.

#### § 36a

1. Przedsiębiorstwo finansowe zapewnia klientowi–konsumentowi możliwość odstąpienia od umowy, na warunkach przewidzianych prawem.
2. Przedsiębiorstwo finansowe może dopuszczać możliwość odstąpienia od umowy przez klienta–przedsiębiorcę, na warunkach przewidzianych w umowie.

#### § 37

Przedsiębiorstwo finansowe, w przypadku niewykonania zobowiązań przez klienta, może wypowiedzieć umowę na zasadach w niej określonych i żądać natychmiastowej spłaty zadłużenia, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa. Wypowiedzenie umowy może jednak zostać dokonane dopiero po uprzednim przesłaniu klientowi zawiadomienia o niewykonaniu przez niego zobowiązań, wraz z informacją o skutkach tego niewykonania.

#### § 38

Zawiadomienie o niewykonaniu przez klienta zobowiązań może zawierać żądanie, by klient wywiązał się z tych zobowiązań, w zaproponowanym przez przedsiębiorstwo finansowe, rozsądnym terminie. W uzasadnionej sytuacji, przedsiębiorstwo finansowe rozważy wniosek klienta, który wniósł o zmianę harmonogramu spłaty zobowiązań.

#### § 39

W przypadku niewykonania zobowiązań lub w przypadku przedterminowej spłaty zobowiązań klient jest uprawniony, na podstawie złożonego przez siebie wniosku, do bezpłatnego otrzymania szczegółowego zestawienia rachunkowego, które pozwoli na weryfikację zasadności żądanych przez przedsiębiorstwo finansowe opłat i odsetek.

### 4. Reklamacje klientów

#### § 40

Wraz z podpisaniem umowy klient otrzyma informację o miejscu i trybie postępowania reklamacyjnego.

#### § 41

Przedsiębiorstwo finansowe zobowiązuje się do szybkiego rozpatrywania reklamacji wniesionych przez klienta, nie później niż w terminie 30 dni od dnia ich otrzymania.

#### § 42

W przypadku, gdy rozpatrzenie reklamacji jest niemożliwe w terminie 30 dni, przedsiębiorstwo finansowe zawiadamia klienta w formie pisemnej o przyczynach opóźnienia i nowym terminie rozpatrzenia reklamacji, który nie może jednak przekroczyć 60 dni od dnia otrzymania reklamacji.

#### § 42a

Przedsiębiorstwo finansowe, analizując zgłaszane reklamacje, rozpoznaje przyczyny ich powstania i podejmuje działania mające na celu usunięcie lub ograniczenie tych przyczyn oraz podniesienie jakości świadczonych usług.

### **Część III** **Ochrona informacji i ochrona danych osobowych**

#### § 43

Przedsiębiorstwa finansowe oraz osoby działające w ich imieniu zapewnią:

1. Pełną ochronę techniczną i prawną wszelkich informacji uzyskanych od klientów w związku z negocjowaniem, zawieraniem i wykonywaniem umów, w tym w szczególności niewykorzystywanie tych informacji dla celów innych niż te, dla których zostały one udostępnione lub przekazane, nieudostępnianie ich ani też nieprzekazywanie innym osobom, chyba że jest to niezbędne dla czynności związanych z danym produktem kredytowym.
2. Pełną ochronę danych osobowych klientów, tak przekazanych im w związku z negocjowaniem, zawieraniem i wykonywaniem umów, jak i udostępnionych w związku z wykonywaniem czynności pośrednictwa kredytowego zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych. W szczególności niewykorzystywanie tych danych dla celów innych niż te, dla których zostały one udostępnione lub przekazane, nieudostępnianie ich ani też nieprzekazywanie innym osobom, chyba że jest to uzasadnione obowiązującymi przepisami prawa lub gdy klient wyrazi na to stosowną zgodę.
3. Przetwarzanie danych osobowych klientów jedynie przez osoby uprawnione do przetwarzania danych osobowych. Osoby te, mające dostęp do danych osobowych, obowiązane są do zachowania ich w tajemnicy; obowiązek ten istnieje również po ustaniu zatrudnienia.

### **Część IV** **Pośrednik kredytowy**

#### § 44

Pośrednik kredytowy oraz osoby działające w jego imieniu zapewnią:

1. Wykonywanie czynności pośrednictwa kredytowego z należytą starannością i dbałością o interesy zleceniodawców.
2. Godne reprezentowanie zleceniodawców przed klientami i w ich otoczeniu.
3. Przestrzeganie w trakcie wykonywania czynności pośrednictwa kredytowego zarówno przepisów prawa, regulującego sposób ich wykonywania, jak i postanowień zawartych umów oraz rzetelne nadzorowanie i sprawdzanie prawidłowości realizowanych umów z klientami.
4. Ochronę i nieprzekazywanie innym podmiotom, a w szczególności innym zleceniodawcom, danych osobowych klientów, korzystających z usług i produktów danego zleceniodawcy. Zachowanie w tajemnicy wszelkich informacji, które pośrednik



- kredytowy powziął od zleceniodawcy, klienta lub kontrahentów zleceniodawcy w związku z wykonywaniem czynności pośrednictwa kredytowego.
5. Przestrzeganie procedur i regulaminów sprzedaży produktów kredytowych oraz innych zarządzeń, wytycznych i instrukcji wydanych przez zleceniodawców, związanych z przedmiotową działalnością.
  6. Niezwłoczne informowanie zleceniodawców o zauważonych symptomach pogarszania się sytuacji ekonomicznej klientów, które mogłyby mieć wpływ na obniżenie zdolności do regulowania zobowiązań wobec zleceniodawcy.
  7. Składanie zleceniodawcom dokumentów i informacji niezbędnych do rzetelnej oceny sytuacji gospodarczej i finansowej pośrednika kredytowego.
  8. Respektowanie i wdrażanie do realizacji wniosków z przedstawianych przez zleceniodawców umotywowanych opinii i uwag o pracy osób, przy pomocy których pośrednik kredytowy wykonuje czynności pośrednictwa kredytowego.
  9. Używanie znaku firmowego zleceniodawców dla celów reklamowych w sposób uzgodniony ze zleceniodawcami.
  10. Prowadzenie wszelkich czynności w sposób zapewniający ochronę interesów klienta, a równocześnie zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa i dobrymi obyczajami.
  11. Prowadzenie i utrzymanie pomieszczeń biura, w którym wykonywane są czynności pośrednictwa kredytowego, w należyтым porządku i zgodnie z wymaganą i uzgodnioną sprawnością oraz zabezpieczenie go w taki sposób, aby nie narażać klientów na zbędne ryzyko związane z przebywaniem w tym biurze.
  12. Dbałość o to, by pracownicy i przedstawiciele pośrednika kredytowego byli ubrani schludnie i w sposób, który nie budzi negatywnych skojarzeń.
  13. Składanie wizyt u klientów w ich miejscu zamieszkania w czasie, który według rozsądnej oceny nie będzie uciążliwy dla klienta, z zachowaniem poszanowania jego prawa do zachowania dyskrecji i ochrony tajemnicy.
  14. Prezentowanie klientom wyłącznie aktualnej oferty w sposób pozwalający klientom na samodzielny, świadomy wybór najlepszego dla nich produktu spośród oferowanych przez pośrednika kredytowego.
  15. Informowanie klientów o tym, z jakimi zleceniodawcami współpracują, a także o wszelkich dodatkowych opłatach pobieranych z tego tytułu od klienta.
  16. Wyjaśnienie klientowi, w sposób rzetelny i zapewniający zrozumienie, w toku rozmowy zmierzającej do zawarcia umowy, cech oferowanego produktu kredytowego oraz od którego zleceniodawcy dany produkt pochodzi, ze zwróceniem szczególnej uwagi na to, by przy oferowaniu produktów łączonych wyraźnie przedstawić informacje o dostawcach poszczególnych produktów cząstkowych.
  17. Informowanie klienta o źródle wynagrodzenia pośrednika kredytowego, to znaczy czy jest on wynagradzany przez zleceniodawcę, czy przez klienta.
  18. Informowanie klienta rzetelnie i terminowo o sposobie realizacji jego wniosku przekazanego do zleceniodawcy, a także o ostatecznej decyzji dotyczącej tego wniosku.

## **Część V**

### **Zleceniodawca**

#### § 45

Zleceniodawca oraz osoby działające w jego imieniu przestrzegają następujących zasad:

1. Prowadzenie konstruktywnej współpracy z pośrednikami kredytowymi, z poszanowaniem praw i obowiązków stron oraz z uwzględnieniem interesu partnerów w zakresie realizacji zawartych umów.
2. Współpraca z pośrednikami kredytowymi w tworzeniu rozwiązań i konstruowaniu produktów, której jak najlepiej odpowiadają zmieniającym się potrzebom i oczekiwaniom klientów.
3. Stworzenie pośrednikom kredytowym i ich pracownikom możliwości podnoszenia kwalifikacji zawodowych i poznawania produktów zleceniodawcy poprzez udział w szkoleniach przez niego organizowanych.
4. Uczciwe i rzetelne traktowanie pośredników kredytowych, zapewnienie im dostępu do niezbędnych informacji, wsparcia technicznego i organizacyjnego, oraz stosownego wynagrodzenia za wykonywane usługi.
5. Ochrona danych finansowych, osobowych i handlowych na temat pośredników kredytowych i ich pracowników oraz zachowanie powierzonych tajemnic handlowych i organizacyjnych zarówno w czasie trwania współpracy, jak i po jej zaprzestaniu.
6. Przekazywanie pośrednikom kredytowym opinii i uwag na temat jakości wykonywanych przez nich i ich pracowników czynności pośrednictwa kredytowego.
7. Stosowanie ograniczeń wobec pośredników kredytowych, takich jak wyznaczanie limitów sprzedaży produktów kredytowych czy wstrzymywanie realizacji umów, podpisanych przez danego pośrednika kredytowego, jedynie w uzasadnionych merytorycznie i potwierdzonych przypadkach.
8. Zaopatrywanie pośredników kredytowych i ich pracowników, na uzgodnionych warunkach i zasadach, w aktualne oferty produktów kredytowych, stosowne materiały reklamowe oraz aktualne wytyczne i zasady dotyczące kryteriów zawierania umów na sprzedaż produktów kredytowych, materiałów, wzorów dokumentów i informacji niezbędnych do zawierania takich umów.
9. Budowa zgodnych z prawem i rzetelnymi zasadami kupieckimi relacji handlowych pomiędzy pośrednikami kredytowymi a zleceniodawcami.
10. Działanie zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji na rynku.
11. Rzetelne informowanie pośredników kredytowych o procedowanych wnioskach ich klientów.
12. Równe traktowanie klientów bez względu na to, za pośrednictwem którego pośrednika kredytowego się z nim kontaktują, lub czy są to klienci, z którymi przedsiębiorstwo finansowe kontaktuje się bezpośrednio, bez udziału pośrednika kredytowego.

## Część VI Niedozwolone praktyki

### § 46

Przedsiębiorstwa finansowe, pośrednicy kredytowi oraz osoby działające w ich imieniu nie stosują żadnych metod i sposobów, naruszających prawo i dobre obyczaje. W szczególności zakazane są następujące działania:

1. Pobieranie od klientów innych opłat lub w innych kwotach niż określone w stosownych umowach i w porozumieniach z klientami lub należne zgodnie z obowiązującym prawem.
2. Przekazywanie lub ujawnianie informacji o kliencie i przebiegu procesu sprzedaży produktów kredytowych nieuprawnionym osobom trzecim.
3. Stosowanie, używanie lub groźenie użyciem siły lub stosowanie innych metod wykorzystujących przemoc fizyczną lub naruszających godność osobistą.
4. Używanie wulgarnego lub nieprzyzwoitego języka, lub określeń naruszających godność osobistą, a także niegrzecznego tonu rozmów w kontaktach z klientami.
5. Stosowanie sposobów i metod działania, które mogą wprowadzić w błąd klienta bądź jakąkolwiek inną osobę, której dotyczą czynności pośrednictwa kredytowego, albo wprowadzić niepewność stanu faktycznego lub prawnego. W szczególności niedozwolone jest:
  - 5.1. Przedstawianie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd danych dotyczących oferowanego produktu kredytowego,
  - 5.2. Podawanie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji o swoim statusie, kwalifikacjach, doświadczeniu lub uprawnieniach zawodowych.
6. Wprowadzanie w błąd klienta co do faktycznego źródła pochodzenia produktu kredytowego.
7. Dopuszczanie do podpisania przez klienta niewypełnionych wzorców umownych.
8. Żądanie od klienta, przed podpisaniem umowy, opłat za przyjęcie wniosku o sprzedaż produktu kredytowego.
9. Zastrzeżenie w umowie rażąco wygórowanych opłat lub kar umownych.
10. Niepodawanie informacji o innych kosztach, które klient jest zobowiązany ponieść w związku z zawartą umową.
11. Stosowanie nieprecyzyjnych przesłanek zmiany umowy, w tym opłat i prowizji.
12. Pobieranie opłaty z tytułu zabezpieczenia, nieodpowiadającej żadnemu świadczeniu po stronie przedsiębiorstwa finansowego.
13. Pobieranie opłaty za czynności upominawcze jeszcze przed terminem zapadalności świadczenia lub w wysokości przekraczającej rzeczywiście poniesione koszty.

---

## KSIĘGA IIa

# Zasady dobrych praktyk kredytowania ratalnego w ramach sprzedaży bezpośredniej

*(z mocą obowiązującą od dnia 1 września 2020 r.)*

### Część I Definicje

#### § 46a

1. Sprzedaż bezpośrednia – oferowanie towarów i usług oraz zawieranie umów z konsumentami, na zasadach kontaktów bezpośrednich, w domu klienta lub w innych miejscach, poza stałymi punktami sprzedaży detalicznej.
2. Sprzedawca – przedsiębiorca w rozumieniu art. 43<sup>1</sup> Kodeksu cywilnego dokonujący sprzedaży dóbr materialnych lub usług, których nabycie jest finansowane z kredytu konsumenckiego.
3. Przedsiębiorstwo finansowe – bank lub inny przedsiębiorca umożliwiający zawarcie umowy kredytu ratalnego.
4. Pośrednik kredytowy – przedsiębiorca będący osobą fizyczną, osobą prawną lub jednostką organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, prowadzący działalność w zakresie pośrednictwa w sprzedaży produktów kredytowych.
5. Towar – stanowiący własność sprzedawcy wyrób gotowy przeznaczony do sprzedaży konsumentom lub usługa świadczona konsumentom przez sprzedawcę.
6. umowa kredytu ratalnego – umowa o kredyt wiązany, w rozumieniu art. 5 pkt 14 ustawy o kredycie konsumenckim, tj. umowa o kredyt, z którego jest wyłącznie finansowane nabycie towaru lub usługi na podstawie innej umowy, a obie te umowy są ze sobą powiązane.
7. Post Sales Call (PSC) – rejestrowany kontakt telefoniczny z klientem mający na celu potwierdzenie dokonania zakupu towaru od sprzedawcy oraz zawarcia umowy kredytu ratalnego, na podstawie której towar jest finansowany.
8. Akredytacja sprzedawcy – proces realizowany przez przedsiębiorstwo finansowe przy udziale pośrednika kredytowego, w ramach którego następuje sprawdzenie danych wymaganych przez przedsiębiorstwo finansowe, podanych przez sprzedawcę, a którego wynikiem jest decyzja o rozpoczęciu lub braku rozpoczęcia współpracy z danym sprzedawcą.
9. ID sprzedawcy (NICK NAME) – nadawany sprzedawcy przez pośrednika kredytowego w przypadku pozytywnego zakończenia procesu akredytacji i podpisania umowy o współpracy, unikalny NUMER SPRZEDAWCY, używany w celach identyfikacyjnych w trakcie kontaktów telefonicznych z pośrednikiem kredytowym oraz wymagany w trakcie procesu logowania do systemu informatycznego pośrednika kredytowego.

## **Część II**

### **Podjęmowanie przez przedsiębiorstwo finansowe współpracy z pośrednikami kredytowymi**

#### § 46b

1. Przedsiębiorstwo finansowe przed rozpoczęciem współpracy z pośrednikiem kredytowym, której przedmiotem jest finansowanie zakupów towarów oferowanych na zasadach sprzedaży bezpośredniej, przy użyciu pochodzącej z oferty przedsiębiorstwa finansowego umowy kredytu ratalnego, jest zobowiązane do dokonania oceny sieci dystrybucji, w jakiej oferowany będzie produkt finansowy. Ocena polega na weryfikacji, czy sieć dystrybucji zapewnia prawidłową realizację procesów sprzedaży bezpośredniej i zawierania umów kredytu ratalnego. Przedsiębiorstwo finansowe, dokonując oceny sieci dystrybucji, bierze pod uwagę informacje dotyczące pośredników kredytowych i sprzedawców mających uczestniczyć w procesie. Przedsiębiorstwo finansowe rzetelnie weryfikuje siedzibę i placówki handlowe pośrednika kredytowego, jeżeli prowadzona jest w nich sprzedaż.
2. Przedsiębiorstwo finansowe nie podejmuje współpracy z pośrednikami kredytowymi, których dane nie są ujawnione w prowadzonym przez Komisję Nadzoru Finansowego Rejestrze Pośredników Finansowych.
3. Przedsiębiorstwo finansowe rozpoczyna współpracę z pośrednikiem kredytowym po dokonaniu oceny jego kondycji finansowej i pod warunkiem, że ocena ta jest pozytywna. W przypadkach, gdy pośrednik kredytowy to podmiot, który dopiero rozpoczął działalność, rozpoczęcie współpracy powinno być poprzedzone spełnieniem przez pośrednika dodatkowych wymagań określonych przez przedsiębiorstwo finansowe.
4. Przedsiębiorstwo finansowe nie podejmuje współpracy z pośrednikami kredytowymi, w przypadku gdy pozyskane z dostępnych źródeł informacje wskazują na niewłaściwe, nieuczciwe lub sprzeczne z interesami konsumentów działania tych przedsiębiorców w przeszłości. Do tego typu źródeł należy zaliczyć co najmniej: listę ostrzeżeń publicznych KNF oraz ostrzeżenia publiczne Prezesa UOKIK. Podjęcie współpracy w takim przypadku jest możliwe pod warunkiem, że pośrednik wykaże, iż skutecznie usunął nieprawidłowości występujące wcześniej w jego działalności i jego obecna działalność odpowiada prawu i zasadom uczciwości.
5. Przedsiębiorstwo finansowe nie podejmuje współpracy z pośrednikami kredytowymi, którzy nie prowadzą udokumentowanego procesu akredytacji sprzedawców, nie posiadają własnych rejestrów sprzedawców umożliwiających ich jednoznaczną identyfikację, jak również może odmówić współpracy pośrednikom, którzy dopuszczają do udziału w procesie sprzedaży sprzedawców, co do których w ogólnodostępnych źródłach informacji i rejestrach stosownych urzędów (zgodnie z pkt. I.4.) ujawnione są informacje wskazujące na nieuczciwe działania tych sprzedawców godzące w interesy konsumentów.
6. Przedsiębiorstwo finansowe nie podejmuje współpracy z pośrednikami kredytowymi, w których procesie nie poprzedza się uruchomienia umowy kredytu ratalnego w systemie sprzedaży bezpośredniej, procesem PSC (Post Sales Call).

7. Przedsiębiorstwo finansowe nie podejmuje współpracy z pośrednikami kredytowymi i sprzedawcami, którzy w stosowanych formach reklamy przekazują treści nieprawdziwe, lub takie, które mogłyby wprowadzić potencjalnych klientów w błąd, co do cech oferowanego towaru lub warunków sprzedaży i finansowania zakupu.

### **Część III**

## **Proces udzielania kredytu przez przedsiębiorstwo finansowe oraz współpraca przedsiębiorstwa finansowego z pośrednikami kredytowymi i sprzedawcami w tym procesie**

### § 46c

1. Przedsiębiorstwo finansowe podaje w umowie informacje dotyczące towaru podlegającego finansowaniu oraz informacje pozwalające konsumentowi na jednoznaczny identyfikację sprzedawcy i pośrednika kredytowego.
2. Informacje dotyczące prawa klienta do odstąpienia od umowy kredytowej podawane są w sposób czytelny i zrozumiały, a sam „Wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy” jest częścią wyodrębnioną, łatwą do odszukania w treści umowy. Sprzedawca jest zobligowany do zachowania wysokich standardów w zakresie informowania klientów o możliwości odstąpienia od zawartej umowy kredytowej.
3. Przedsiębiorstwo finansowe w sposób aktywny współpracuje z pośrednikami kredytowymi i sprzedawcami w zakresie obsługi procesów odstąpienia od zawartych przy udziale pośredników kredytowych i sprzedawców umów o produkt finansowy. W szczególności terminowo udostępnia i aktualizuje wszelkie informacje związane z obsługą tych procesów, zapewnia obieg informacji pomiędzy przedsiębiorstwem finansowym, pośrednikiem kredytowym i sprzedawcą oraz udziela informacji pośrednikowi oraz sprzedawcy, które pozwalają na weryfikację zasadności uznania odstąpienia. Na weryfikację odstąpienia składa się sprawdzenie, czy konsument złożył stosowne oświadczenie oraz zachował przy tym ustawowy termin odstąpienia.
4. W przypadkach, gdy w związku z odstąpieniem od umowy kredytu lub odstąpieniem od umowy sprzedaży, klient ma problemy z samodzielnym skutecznym rozliczeniem się ze sprzedawcą, tj. z zapłatą ceny towaru w przypadku utrzymania w mocy umowy sprzedaży lub zwrotem towaru w przypadku skutecznego odstąpienia od tej umowy, przedsiębiorstwo finansowe informuje o tym działającego w jego imieniu pośrednika. Rolą pośrednika finansowego jest zapewnienie skutecznej komunikacji pomiędzy klientem a sprzedawcą.
5. Przedsiębiorstwo finansowe zobowiązuje się do informowania współpracującego z przedsiębiorstwem finansowym pośrednika kredytowego o prowadzonych postępowaniach reklamacyjnych związanych z procesem sprzedaży bezpośredniej.
6. Proces sprawdzenia i oceny zdolności kredytowej klienta odbywa się w oparciu o podane przez klienta dane weryfikowane w wewnętrznych i zewnętrznych bazach danych. Przedsiębiorstwo finansowe posiada ściśle określone wymogi dotyczące danych odnośnie dochodu klienta uwzględniające źródło dochodu, rodzaj umowy lub świadczenia oraz czas, na jaki dana umowa została zawarta lub świad-

czenie zostało przyznane. W przypadku, gdy dochód klienta ma charakter czasowy, zawierana przez przedsiębiorstwo finansowe umowa kredytowa nie może być dłuższa niż czas w jakim klient osiągał będzie dochód. W przypadku klientów dla których źródłem dochodu jest umowa o pracę, przedsiębiorstwo finansowe dokonując oceny klienta uwzględnia informacje dotyczące pracodawcy klienta. Przedsiębiorstwo finansowe nie uwzględnia w ocenie zdolności kredytowej klienta, otrzymanych przez niego świadczeń w przypadku gdy mają one charakter socjalny.

7. Przedsiębiorstwo finansowe nie akceptuje w procesie oceny zdolności kredytowej klienta niepełnych danych dotyczących wysokości i źródła dochodu klienta oraz zaniżonych danych dotyczących jego średnich miesięcznych wydatków.

## **Część IV**

### **Akredytacja sprzedawców**

#### § 46d

Pośrednik kredytowy oraz osoby działające w jego imieniu, współdziałając z przedsiębiorstwem finansowym w procesie akredytacji sprzedawców, zapewniają:

1. Wykonywanie z należytą starannością i dbałością wszelkich czynności związanych z akredytacją sprzedawców, w tym prowadzenie rejestru sprzedawców oraz gromadzenie informacji dotyczących jakości sprzedawców. Sprawdzeniu podlega przedsiębiorstwo sprzedawcy oraz osoby, które w procesie sprzedaży mają występować jako pełnomocnicy sprzedawcy.
2. Dokonywanie weryfikacji stosowanych przez sprzedawcę dokumentów takich jak: umowa sprzedaży, materiały informacyjne o towarze (instrukcje użytkowania, certyfikaty), materiały promocyjne kierowane do klientów (w tym foldery, zdjęcia, zaproszenia na pokazy, opis prezentów), informacje o sposobie pozyskiwania klientów (umowy z dostawcami, skrypty rozmów).
3. Przeprowadzanie kontroli terenowych sprzedawców przez upoważnionego pracownika pośrednika kredytowego w miejscu prowadzenia działalności przez sprzedawcę umożliwiającą ocenę przedsiębiorstwa sprzedawcy; kontroli podlega siedziba, magazyny, towar, w trakcie wywiadu zbierane są informacje dodatkowe służące ocenie doświadczenia handlowego sprzedawcy oraz przebiegu współpracy z dotychczasowymi dostawcami finansowymi (przedsiębiorstwami finansowymi).
4. Przeprowadzanie audytów czynności sprzedażowych w trakcie organizowanych przez sprzedawców pokazów handlowych – audyt procesu sprzedaży, ocena rzetelności, prawdziwości i spójności przekazywanych informacji, ocena zgodności prowadzonych działań z obowiązującymi procedurami i instrukcjami pochodzącymi od podmiotów finansujących, oraz z zapisami umownymi.
5. Składanie przedsiębiorcy finansowemu, z którym współpracuje pośrednik finansowy, dokumentów i informacji niezbędnych do rzetelnej oceny sytuacji gospodarczej i finansowej pośrednika kredytowego oraz współpracujących sprzedawców.

## Część V

### Współpraca pośrednika kredytowego z przedsiębiorstwami finansowymi i sprzedawcami

#### § 46e

Pośrednik kredytowy oraz osoby działające w jego imieniu, współdziałając z przedsiębiorstwem finansowym w procesie akredytacji sprzedawców, zapewniają:

1. Niezwłoczne informowanie przedsiębiorcy finansowego, z którym współpracują, o zauważonych symptomach pogarszania się sytuacji ekonomicznej sprzedawców, które mogłyby mieć wpływ na obniżenie standardów sprzedaży, jakości oferowanych przez sprzedawców towarów lub mogłyby mieć wpływ na obniżenie zdolności do regulowania zobowiązań wobec przedsiębiorstw finansowych.
2. Prowadzenie wszelkich czynności związanych z procesem PSC, w ramach którego następuje potwierdzenie z klientem faktu zawarcia umowy sprzedaży i umowy kredytowej, zgodności informacji dotyczących zakupionego towaru w tym jego ceny, cech umowy kredytu ratalnego w tym wysokości kredytu, wysokości raty, ilości rat oraz danych teleadresowych klienta. Podczas PSC, w przypadku pozytywnej weryfikacji danych, klient wyraża zgodę na uruchomienie kredytu i jest informowany o wysyłce dokumentów związanych z zawarciem umowy. PSC przeprowadzany jest w sposób zapewniający ochronę interesów klienta, w przypadku negatywnej weryfikacji danych lub wątpliwości klienta co do chęci uruchomienia umowy kredytowej, kredyt nie jest uruchamiany, a informacja o tym fakcie przekazywana jest do sprzedawcy. Rozmowa powinna być rejestrowana i archiwizowana na potrzeby monitorowania procesu.
3. Wprowadzanie wniosków o zawarcie umowy kredytu ratalnego, po każdorazowym dokonaniu autoryzacji dzwoniącego sprzedawcy w oparciu o ID Sprzedawcy oraz jego dane osobowe, w sposób uniemożliwiający praktyki zmierzające do manipulacji pozyskanymi danymi klienta, w celu podniesienia jego zdolności kredytowej. Zmiana danych dotyczących dochodu klienta możliwa jest wyłącznie w przypadku przedłożenia dokumentu potwierdzającego wysokość dochodów klienta.
4. W przypadku, gdy zaistnieje potrzeba poinformowania klienta o sposobie kontaktu ze sprzedawcą, a w przypadku gdy kontakt ten może być dla klienta utrudniony, podejmowanie kontaktu ze sprzedawcą w imieniu klienta.
5. Prowadzenie rejestru wszystkich zgłoszeń dotyczących procesu odstąpienia od umowy kredytowej oraz pomoc przedsiębiorstwom finansowym i sprzedawcom w obsłudze tych zgłoszeń w zakresie kontaktów odpowiednio z przedsiębiorstwami finansowymi lub sprzedawcami.
6. Prowadzenie i utrzymywanie ogólnodostępnej, działającej na podstawie procedur i wypracowanych standardów obsługi, gwarantującej możliwość rejestracji rozmów z klientami infolinii dla klientów, zapewniającej możliwość otrzymania wszelkich wyczerpujących oraz zrozumiałych dla klienta informacji oraz pomocy w razie gdy klient sygnalizuje taką potrzebę. Infolinia dostępna przez siedem dni w tygodniu, w godzinach 8:00–22:00.



## Część VI Niedozwolone praktyki

### § 46f

Przedsiębiorstwa finansowe, pośrednicy kredytowi oraz osoby działające w ich imieniu nie stosują żadnych metod i sposobów, naruszających prawo i dobre obyczaje. W szczególności zakazane są następujące działania:

1. Stosowanie sposobów i metod działania, które mogą wprowadzić w błąd klienta, albo wprowadzić niepewność stanu faktycznego lub prawnego. W szczególności niedozwolone jest:
  - a) Przedstawianie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd danych dotyczących oferowanej umowy kredytu ratalnego,
  - b) Przedstawianie lub potwierdzanie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd danych dotyczących towaru, którego zakup finansowany jest przy użyciu umowy kredytu ratalnego lub celu organizowanego spotkania/pokazu.
3. Współpraca ze sprzedawcami, którzy w trakcie prowadzonej działalności handlowej stosują niedozwolone praktyki opisane w punkcie 1.
4. Współpraca ze sprzedawcami, którzy nie przeszli procesu akredytacji, lub którzy posługują się w trakcie wykonywania czynności handlowych osobami, co do których pośrednik kredytowy posiada wiedzę mogącą wskazywać na brak uczciwości i rzetelności tych osób.
5. Wprowadzanie niepełnych lub niepotwierdzonych danych dotyczących wysokości oraz źródła dochodu klienta wnioskującego o zawarcie umowy kredytu ratalnego w celu oceny jego zdolności kredytowej.
6. Niepodawanie informacji lub podawanie niepełnych informacji o warunkach i sposobie odstąpienia od zawartej umowy kredytowej.
7. Nieudzielanie klientowi informacji o sprzedawcy lub przedsiębiorstwie finansowym, utrudnianie klientowi kontaktu z tymi podmiotami, wprowadzanie klienta w błąd w powyższym zakresie.
8. Wykorzystywanie w realizacji własnych celów braku doświadczenia klienta, nadużywanie jego zaufania i wieku, choroby, umysłowej lub fizycznej niedołężności, naiwności, braku orientacji lub nieznajomości języka, jak również współpraca ze sprzedawcami, którzy w swojej działalności wykorzystują takie niedozwolone praktyki.
9. Posługiwanie się nieprawdziwymi danymi lub informacjami dotyczącymi sprzedawców celem uzyskania akredytacji ze strony przedsiębiorstwa finansowego.
10. Stosowanie sposobów i metod działania, które mogą wprowadzić w błąd przedsiębiorstwo finansowe co do przebiegu procesu odstąpienia od umowy kredytowej, celem uniknięcia lub opóźnienia konieczności zwrotu środków finansowych z tego tytułu.

## KSIĘGA III

### Zasady dobrych praktyk zarządzania wierzytelnościami

*(w brzmieniu obowiązującym od dnia 1 października 2019 r.)*

#### Część I

#### Definicje

##### § 47

1. Poniższe określenia użyte w Zasadach oznaczają:
  - a) „przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami” – przedsiębiorca profesjonalnie zajmujący się działalnością w zakresie obrotu wierzytelnościami oraz ściągania należności płatniczych, monitoringiem wierzytelności i innymi usługami towarzyszącymi lub pokrewnymi na rachunek własny lub w imieniu i na rzecz swoich kontrahentów.
  - b) „windykator” – pracownik, agent lub inna osoba fizyczna wykonująca czynności windykacyjne z upoważnienia przedsiębiorstwa zarządzającego wierzytelnościami.
  - c) „czynności windykacyjne” – zespół czynności faktycznych i prawnych, podejmowanych w celu zaspokojenia wymagalnych wierzytelności przez osoby zadłużone.
  - d) „wierzytelność” – uprawnienie przysługujące jednej stronie stosunku prawnego do domagania się od drugiej strony stosunku prawnego spełnienia określonego świadczenia.
  - e) „wierzytelność masowa” – wierzytelność przysługująca od konsumenta, będąca składnikiem pakietu wierzytelności nabytych od kontrahenta lub obsługiwanych na zlecenie kontrahenta.
  - f) „zadłużenie” – zobowiązanie osoby zadłużonej do spełnienia świadczenia pieniężnego lub rzeczowego.
  - g) „osoba zadłużona” – osoba prawna lub fizyczna obowiązana do spełnienia określonego świadczenia wobec innej osoby prawnej lub fizycznej.
  - h) „konsument” – osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej, niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.
  - i) „kontrahent” – podmiot zlecający przedsiębiorstwu zarządzającemu wierzytelnościami prowadzenie czynności windykacyjnych lub sprzedawca (zbywca) wierzytelności.
2. Wszystkie powyższe określenia oraz postanowienia niniejszej Księgi stosuje się odpowiednio także do wszystkich innych członków ZPF niebędących przedsiębiorstwami zarządzającymi wierzytelnościami, w sytuacji, gdy wykonują oni czynności windykacyjne w odniesieniu do własnych wierzytelności.

## Część Ia Relacje z kontrahentami

### § 47a

1. Przed zawarciem umowy z kontrahentem, dotyczącej wiarytelności masowej, przedsiębiorstwo zarządzające wiarytelnościami dokonuje oceny wiarygodności tego kontrahenta w oparciu o badanie polegające na sprawdzeniu co najmniej:
  - a) wpisów na listę ostrzeżeń publicznych Komisji Nadzoru Finansowego (KNF);
  - b) publikacji ostrzeżeń publicznych i komunikatów dotyczących zachowań lub zjawisk mogących stanowić istotne zagrożenie dla interesów konsumentów wydanych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK);
  - c) czy wobec kontrahenta prowadzone było przez UOKiK lub inny urząd bądź organ państwowy postępowanie związane ze stosowaniem praktyk naruszających interesy konsumentów, w zakresie powiązanych ze stosowaniem klauzul abuzywnych lub *misselingu*; – w okresie trzech lat poprzedzających badanie.
2. W zależności od wyników oceny, o której mowa w ust. 1, przedsiębiorstwo zarządzające wiarytelnościami podejmuje decyzję o zawarciu umowy z danym kontrahentem. Jednak przedsiębiorstwo zarządzające wiarytelnościami nie powinno zawierać umowy z kontrahentem, w przypadku gdy którekolwiek z ostrzeżeń publicznych KNF lub UOKiK dotyczy działalności kontrahenta, w ramach której powstała wiarytelność masowa będąca przedmiotem nabycia bądź zlecenia obsługi. W pozostałych przypadkach przedsiębiorstwo zarządzające wiarytelnościami powinno dokonać wszechstronnej oceny ryzyka zawarcia umowy z danym kontrahentem.
3. Przedsiębiorstwo zarządzające wiarytelnościami posiada odpowiednie regulacje wewnętrzne w zakresie dokonywania oceny wiarygodności kontrahenta.

### § 47b

1. Przed podjęciem czynności windykacyjnych przedsiębiorstwo zarządzające wiarytelnościami przeprowadza badanie jakości wiarytelności w zakresie praktyk naruszających interesy konsumentów.
2. Badanie przeprowadza się na wybranej próbie kontrolnej i polega na sprawdzeniu, czy w sprawie składane były reklamacje lub skargi konsumenta, związane ze stosowaniem wobec niego praktyk naruszających interesy konsumentów, w szczególności *misselingu*.
3. W przypadku, gdy przeprowadzenie badania nie jest możliwe, w szczególności gdy wiarytelności były przedmiotem obrotu, dopuszczalne jest w tym zakresie porzucenie na oświadczeniu złożonym przez kontrahenta, dotyczącym istnienia lub nieistnienia skarg lub reklamacji w badanym zakresie.

### § 47c

1. W przypadku uprawdopodobnienia, na podstawie reklamacji klientów otrzymanych w trakcie czynności windykacyjnych, że część wiarytelności przyjętych do windykacji może być dotknięta nieważnością, w szczególności wynikającą ze stosowania przez kontrahenta lub wierzyciela pierwotnego praktyk naruszających zbiorowe in-

- teresy konsumentów, przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami podejmuje próby wyjaśnienia z kontrahentem przyczyn zaistniałego stanu i zasadności podejrzeń oraz monitoruje reklamacje otrzymywane w sprawach powiązanych z danym portfelem lub kontrahentem.
2. W przypadku otrzymania od osoby zadłużonej zarzutu, że wierzytelność powstała w wyniku stosowania przez pierwotnego wierzyciela niedozwolonych praktyk, a pierwotny wierzyciel znajduje się na liście ostrzeżeń konsumenckich UOKIK lub ostrzeżeń publicznych KNF w zakresie działalności, o której mowa w § 47a ust. 2, przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami zobowiązuje się do wstrzymania wszelkich czynności windykacyjnych wobec tej osoby, do momentu potwierdzenia lub oddalenia zarzutu. Jeżeli zarzut zostanie potwierdzony, przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami zobowiązuje się do odstąpienia od dochodzenia tej wierzytelności.
  3. Przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami posiada odpowiednie regulacje wewnętrzne w powyższym zakresie.

#### § 47d

Umowy zawierane pomiędzy przedsiębiorstwem zarządzającym wierzytelnościami a jego kontrahentami zawierają względnie jednolite dla danego przedsiębiorstwa zarządzającego wierzytelnościami postanowienia dotyczące:

- a) możliwości wstrzymania czynności windykacyjnych w przypadku uprawdopodobnienia praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów związanych z daną wierzytelnością;
- b) procedury wyjaśniania z kontrahentem przyczyn reklamacji osób zadłużonych lub powstania przesłanek uprawdopodobniających stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów;
- c) pozyskiwania od kontrahenta dodatkowej dokumentacji oraz przekazywania kontrahentowi (bądź wierzycielowi pierwotnemu) reklamacji lub skarg w zakresie rozpatrzenia okoliczności niewynikających z działań przedsiębiorstwa zarządzającego wierzytelnościami.

## Część II

### Zasady komunikowania się z osobą zadłużoną

#### § 48

1. Przedsiębiorstwo windykacyjne zobowiązane jest prowadzić wszelkie działania i komunikować się z dłużnikiem w sposób zapewniający ochronę interesów kontrahenta, a równocześnie przestrzeganie prawa, dobrych obyczajów, zasad współżycia społecznego oraz poszanowanie słuszych praw osoby zadłużonej.
2. Częstotliwość komunikacji z osobą zadłużoną nie powinna być dla niej nadmiernie uciążliwa i nie może nosić znamion szykany.

## 1. Korespondencja

### § 49

1. Przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami dokłada należytej staranności, by korespondencja kierowana do osoby zadłużonej została do niej skutecznie doręczona.
2. Korespondencja do osoby zadłużonej powinna być wysyłana w zamkniętej kopercie, bez adnotacji lub znaków na kopercie wskazujących, że korespondencja dotyczy długu adresata. Zastrzeżenie dotyczące znaków na kopercie nie dotyczy oznaczenia i znaków graficznych identyfikujących przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami.
3. Korespondencja do osoby zadłużonej powinna być kierowana na adres wskazany przez tę osobę jako adres do korespondencji, a w przypadku braku takiego wskazania na jej adres zamieszkania lub zameldowania znany przedsiębiorstwu zarządzającemu wierzytelnościami lub przekazany temu przedsiębiorstwu przez poprzedniego wierzyciela (w przypadku nabycia wierzytelności).
4. W przypadku, gdy próba doręczenia korespondencji na adres określony w ust. 3 będzie nieskuteczna, przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami może kierować korespondencję do osoby zadłużonej na inny adres, pod którym ta osoba może być osiągalna, zgodnie z wiedzą posiadaną lub uzyskaną przez to przedsiębiorstwo.
5. W przypadku, gdy przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami posiada wiedzę o fakcie, że osoba zadłużona ma nowy adres i poprzedni adres tej osoby jest nieaktualny, korespondencja nie powinna być wysyłana na nieaktualny adres osoby zadłużonej.
6. W przypadku gdy nic innego nie wynika z przepisów prawa, korespondencja do osoby zadłużonej może być kierowana na adres poczty elektronicznej tej osoby.
7. Przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami wdraża procedury mające na celu zapewnienie poufności korespondencji zawierającej informacje o zadłużeniu oraz minimalizację ryzyka ujawnienia treści takiej korespondencji osobom i podmiotom nieuprawnionym, w szczególności określające sposób weryfikacji aktualności adresów poczty elektronicznej, pozyskanych w inny sposób niż od kontrahenta lub od osoby, której te dane dotyczą, wykorzystywanych w dochodzeniu należności, a także sposób potwierdzania tożsamości użytkownika danego adresu.

### § 50

1. Pierwsze wezwanie do zapłaty wysłane przez wierzyciela pierwotnego lub w jego imieniu powinno dokładnie opisywać wierzytelność (tytuł, wierzyciel, należność główna, data wymagalności, naliczone odsetki i inne należności uboczne – jeżeli są dochodzone w momencie kierowania pierwszego wezwania do osoby zadłużonej). Ponadto, w przypadku gdy wierzytelność jest udokumentowana fakturą lub rachunkiem, wezwanie to powinno obejmować dane wystawcy rachunku/faktury oraz numer rachunku/faktury, datę wystawienia rachunku/faktury, a także okres, za jaki rachunek/faktura została wystawiona, jeżeli windykowana jest wierzytelność o charakterze ciągłym; kolejne wezwania powinny zawierać informacje niezbędne dla zidentyfikowania tożsamości sprawy i etapu (polubowny/przedsądowy/sądowy lub inny), na jakim ona się znajduje, oraz zaktualizowaną kwotę zobowiązania osoby zadłużonej.

- 1a. W przypadku, gdy przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami, działające w imieniu wierzyciela pierwotnego, nie dysponuje informacjami obejmującymi daty wystawienia rachunku/faktury lub okresu, za jaki rachunek/faktura została wystawiona, może skierować do osoby zadłużonej pierwsze wezwanie do zapłaty niezawierające tych informacji, pod warunkiem, że na każde żądanie osoby zadłużonej, to przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami niezwłocznie pozyska te informacje od wierzyciela pierwotnego. Do czasu przekazania tych informacji osobie zadłużonej przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami wstrzyma się z podejmowaniem jakichkolwiek działań wobec tej osoby zadłużonej, dotyczących tej wierzytelności.
2. Pierwsze wezwanie do zapłaty wysyłane przez nabywcę wierzytelności lub w jego imieniu powinno zawierać wyjaśnienie, w jaki sposób ten nabywca stał się nowym wierzycielem, a także co najmniej następujące informacje: tytuł zobowiązania, wysokość wierzytelności z podziałem na należność główną, naliczone odsetki i inne należności uboczne – jeżeli są dochodzone, termin spłaty zobowiązania, numer rachunku bankowego, na jaki zobowiązanie powinno być uregulowane, dane teleadresowe, pod którymi osoba zadłużona może uzyskać informacje odnośnie swojego zadłużenia, informacja o prawach osoby zadłużonej w zakresie przetwarzania danych osobowych i o celu ich przetwarzania przez nowego wierzyciela; kolejne wezwania powinny zawierać informacje niezbędne dla zidentyfikowania tożsamości sprawy i etapu (polubowny/przedsądowy/sądowy lub inny), na jakim ona się znajduje, oraz zaktualizowaną kwotę zobowiązania osoby zadłużonej.
3. Nie później niż wraz z pierwszym wezwaniem do zapłaty wysyłanym przez nabywcę wierzytelności, do osoby zadłużonej powinno zostać wysłane pismo z informacją o dokonanej cesji i wskazaniem nowego wierzyciela, podpisane przez zbywcę wierzytelności. Pismo to może być podpisane przez nabywcę wierzytelności, na podstawie pełnomocnictwa wystawionego przez zbywcę wierzytelności.

#### § 50a

1. W przypadku powzięcia wiarygodnej informacji o śmierci osoby zadłużonej, korespondencja kierowana do jej potencjalnych spadkobierców w okresie 6 miesięcy od dnia otwarcia spadku powinna posiadać charakter wyłącznie informacyjny i zmierzać do uzyskania informacji i dokumentacji związanej ze spadkobranstwem po osobie zadłużonej.
2. W przypadku sprzeciwu potencjalnego spadkobiercy osoby zadłużonej co do kontaktu ze strony przedsiębiorstwa zarządzającego wierzytelnościami, kontakt ten powinien zostać wstrzymany na okres wskazany w ust. 1 powyżej.

## 2. Rozmowy telefoniczne

#### § 51

Rozmowy telefoniczne mogą być prowadzone w czasie i miejscu, które według rozsądnej oceny nie będą uciążliwe dla osoby zadłużonej, a więc w dni powszednie pomiędzy godzinami 06:00 a 22:00. W przypadku braku możliwości nawiązania kontaktu z osobą zadłużoną w czasie wyżej określonym, rozmowy telefoniczne mogą być prowadzone w pozostałe dni tygodnia, jednakże wyłącznie pomiędzy godzinami 8:00 a 20:00.

## § 52

Należy uwzględnić, w miarę możliwości, prośby osoby zadłużonej o rozmowę lub planowaną wizytę windykatorka w innym czasie lub miejscu niż określone w § 51, chyba że okoliczności wskazują na celowe działania osoby zadłużonej mające uniemożliwić nawiązanie kontaktu i rozmowy.

## § 53

1. Rozmowy należy prowadzić w sposób uprzejmy i kulturalny, zapewniający zachowanie tajemnicy i nieujawnianie nieuprawnionym osobom trzecim informacji o zobowiązaniach oraz danych osobowych osoby zadłużonej.
2. W przypadku rozmowy z osobą zadłużoną będącą konsumentem windykatorkzy powinni po zainicjowaniu połączenia przedstawić się imieniem i nazwiskiem, po potwierdzeniu przez rozmówcę, że prowadzi rozmowę z osobą zadłużoną winni podać nazwę przedsiębiorstwa, natomiast po zweryfikowaniu tożsamości osoby zadłużonej wskazać tytuł zadłużenia. W przypadku, kiedy rozmówca na wstępie rozmowy stanowczo żąda podania nazwy przedsiębiorstwa, uzależniając od tego prowadzenie dalszej rozmowy, windykatorkzy powinni ją podać, nawet mimo braku potwierdzenia, że rozmowa odbywa się z osobą zadłużoną.
3. W przypadku rozmowy z osobą zadłużoną inna niż konsument, windykatorkzy powinni po zainicjowaniu połączenia przedstawić się imieniem i nazwiskiem oraz nazwą przedsiębiorstwa, natomiast po zweryfikowaniu osoby zadłużonej wskazać tytuł zadłużenia.

## § 53a

1. Weryfikacja tożsamości osoby zadłużonej powinna się odbywać w miarę możliwości przede wszystkim w oparciu o identyfikatory, takie jak PESEL lub data urodzenia, a w przypadku gdy jest to niemożliwe, w oparciu o inne dane, które umożliwiają potwierdzenie tożsamości osoby zadłużonej.
2. W przypadku, gdy rozmówca odmawia weryfikacji tożsamości, co uniemożliwia prowadzenie rozmowy w sprawie zadłużenia, przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami powinno wyjaśnić rozmówcy podstawę i przyczyny przeprowadzenia takiej weryfikacji.

## § 54

W toku rozmowy windykatorkzy powinni dążyć do wyjaśnienia osobie zadłużonej celu rozmowy, a także ustalenia i wyjaśnienia wszelkich niejasności czy wątpliwości.

## § 55

W toku rozmowy windykatorkzy powinni dążyć do ustalenia stanu majątkowego i sytuacji osobistej osoby zadłużonej oraz zebrać wszelkie informacje, przydatne do podjęcia decyzji o celowości i sposobie dalszych czynności windykacyjnych.

## § 56

Skreślony (przeniesiony do § 48 ust. 2).

#### § 56a

1. W przypadku powzięcia wiarygodnej informacji o śmierci osoby zadłużonej, w okresie 6 miesięcy od dnia otwarcia spadku dopuszczalne jest inicjowanie rozmów telefonicznych z jej potencjalnymi spadkobiercami wyłącznie w celu podania lub uzyskania informacji związanych ze spadkobranie po osobie zadłużonej. Sposób i częstotliwość prowadzenia rozmów powinny uwzględniać sytuację, w której znalazł się potencjalny spadkobierca w związku ze śmiercią osoby zadłużonej.
2. Kontakty telefoniczne w innym celu niż wskazany w ust. 1 powyżej, są dopuszczalne z inicjatywy potencjalnego spadkobiercy osoby zadłużonej.
3. W rozmowach telefonicznych, o których mowa w ust. 1 i 2 powyżej, osoba przeprowadzająca rozmowę w imieniu przedsiębiorstwa zarządzającego wierzytelnościami nie powinna nakłaniać potencjalnego spadkobiercy do jakichkolwiek działań związanych z przyjęciem spadku.
4. W przypadku sprzeciwu potencjalnego spadkobiercy osoby zadłużonej co do kontaktu, kontakt ten powinien zostać wstrzymany na okres wskazany w ust. 1 powyżej.

### 3. Windykacja terenowa

#### § 57

Wizyty windykatorów terenowych u osoby zadłużonej mogą być podejmowane w czasie i miejscu, które według rozsądnej oceny nie będą uciążliwe dla tej osoby, a więc w dni powszednie pomiędzy godzinami 07:00 a 21:00. W przypadku braku możliwości nawiązania kontaktu z osobą zadłużoną w czasie wyżej określonym, wizyty windykatorów mogą być podejmowane w pozostałe dni tygodnia, jednakże wyłącznie pomiędzy godzinami 8:00 a 20:00. Wizyty u osoby zadłużonej należy prowadzić w sposób zapewniający poszanowanie prawa osoby zadłużonej do ochrony prywatności.

#### § 58

Wizyty u osoby zadłużonej w innym miejscu niż miejsce zamieszkania należy prowadzić w sposób zapewniający poszanowanie prawa osoby zadłużonej do ochrony prywatności. Mogą być podejmowane one tylko wówczas, gdy miejsce zamieszkania nie jest znane, albo osoby zadłużonej nie można tam zastać. Ponadto windykatorzy nie powinni, bez uprzedniej zgody osoby zadłużonej, kontaktować się z osobami trzecimi w sprawie dochodzonej należności.

#### § 59

Windykatorzy terenowi powinni być ubrani schludnie i w sposób, który nie budzi negatywnych skojarzeń.

#### § 60

Windykator terenowy podczas podejmowania czynności windykacyjnych oraz prowadzenia rozmów z osobą zadłużoną jest zobowiązany przedstawić się, okazywać bez wezwania identyfikator oraz upoważnienie do działania wydane przez przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami, z wyraźnym określeniem zakresu swojego umocowania, np. do



podpisywania z osobą zadłużoną umowy, przedstawiania osobie zadłużonej do podpisu uznania długu, odbioru należności w gotówce, wysyłania wezwania do zapłaty.

#### § 61

Jeśli w czasie postępowania windykacyjnego oprócz osoby zadłużonej obecne są inne osoby, a osoba zadłużona pragnie zachować dyskrecję, należy jej to umożliwić.

#### § 62

Rozmowy należy prowadzić w sposób uprzejmy i kulturalny.

#### § 63

W toku rozmowy windykatorzy winni dążyć do wyjaśnienia osobie zadłużonej celu rozmowy, a także ustalenia i wyjaśnienia wszelkich niejasności czy wątpliwości.

#### § 64

W czasie wizyty windykator może działać tylko w granicach swego upoważnienia. W razie odbioru gotówki windykator jest obowiązany wydać pokwitowanie z czytelnym podpisem oraz oznaczeniem przedsiębiorstwa zarządzającego wierzytelnościami.

#### § 64a

W stosunku do wizyt terenowych w zakresie kontaktu przedsiębiorstwa zarządzającego wierzytelnościami z potencjalnym spadkobiercą osoby zadłużonej par. 56 a stosuje się odpowiednio.

### **Część III** **Reklamacje osób zadłużonych**

#### § 65

1. Przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami w trakcie pierwszego kontaktu listownego lub mailowego z osobą zadłużoną informuje ją o możliwości i sposobie wniesienia reklamacji.
2. W przypadku, gdy pierwszy kontakt następuje w inny sposób niż wskazany w ust. 1 powyżej, przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami udziela jej informacji o trybie wnoszenia i sposobie rozpoznania reklamacji na żądanie osoby zadłużonej. Informacje te nie mogą wprowadzać osoby zadłużonej w błąd.
3. Przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami informuje na swojej stronie internetowej o możliwości oraz o trybie składania i rozpatrywania reklamacji wnoszonych przez osoby zadłużone lub przez inne osoby, które zgłaszają zastrzeżenia dotyczące kontaktów ze strony tego przedsiębiorstwa.

#### § 66

Przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami zapewnia osobom zadłużonym ochronę ich wszelkich praw, w tym zarzutów służących im wobec wierzycieli oraz zbywców wie-

rytelności, w granicach określonych w przepisach art. 513 Kodeksu Cywilnego oraz innymi przepisami prawa.

#### § 67

1. Przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami, w razie wystąpienia takiej potrzeby, wyjaśnia z wierzycielem lub zbywcą wierzytelności, zgodnie z podpisaną umową cesji wierzytelności, wszelkie podnoszone przez osobę zadłużoną zarzuty, uwzględniając przebieg i wyniki dotychczasowego postępowania reklamacyjnego, zasady określone w treści umowy z osobą zadłużoną, obowiązujących regulaminach lub umowach ramowych.
2. Przedsiębiorstwo zarządzającego wierzytelnościami dąży do tego, aby umowa cesji wierzytelności określała sposób współpracy zbywcy wierzytelności z jej nabywcą przy wyjaśnianiu wątpliwości, zarzutów i reklamacji osób zadłużonych, których ze względu na posiadane informacje nabywca wierzytelności nie jest w stanie sam rozpatrzyć.

#### § 68

Przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami zobowiązuje się do szybkiego rozpatrywania reklamacji wniesionych przez osoby zadłużone, nie później niż w terminie 30 dni od dnia ich otrzymania.

#### § 69

W przypadku, gdy rozpatrzenie reklamacji jest niemożliwe w terminie 30 dni, przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami zawiadamia osobę zadłużoną w formie pisemnej o nowym terminie rozpatrzenia reklamacji, który jednak nie powinien przekroczyć 60 dni od dnia otrzymania reklamacji.

#### § 70

W przypadku odmowy uznania przez przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami zarzutów lub reklamacji, jest ono zobowiązane do udzielenia osobie zadłużonej odpowiedzi zawierającej wyjaśnienie przyczyn odmowy ich uznania ze wskazaniem dalszych możliwości działania.

#### § 71

W razie stwierdzenia zasadności podniesionych przez osobę zadłużoną zarzutów, uchybienia lub nieprawidłowości powinny być usunięte, a w uzasadnionych przypadkach dalsze czynności windykacyjne powinny być zaniechane.

#### § 72

Przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami nie jest zobowiązane do kontynuowania rozmów czy korespondencji z osobą zadłużoną, jeżeli mają one na celu przewlekanie postępowania lub uchylanie się od zapłaty, a osoba zadłużona nie przedstawia dokumentów lub nie formułuje zarzutów pozwalających na ich rzetelną ocenę.

### Część IIIa

## Postępowanie w przypadku podniesienia przez osobę zadłużoną będącą konsumentem zastrzeżeń dotyczących przedawnienia wierzytelności lub zakwestionowania istnienia wierzytelności

#### § 72a

W przypadku, gdy osoba zadłużona będąca konsumentem kwestionuje obowiązek zapłaty powołując się na przedawnienie wierzytelności, a przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami, w oparciu o posiadaną dokumentację i analizę prawną stwierdza, że nie doszło do przedawnienia, przedsiębiorstwo to wyjaśnia przyczyny nieuznania roszczenia za przedawnione i na żądanie tej osoby zadłużonej przesyła jej kopie posiadanych dokumentów, które uzasadniają takie stanowisko. W takim przypadku czynności windykacyjne mogą być prowadzone na standardowych zasadach.

#### § 72b

1. W przypadku, gdy działania przedsiębiorstwa zarządzającego wierzytelnościami dotyczą wierzytelności, która zgodnie z posiadaną przez to przedsiębiorstwo dokumentacją i dokonaną analizą prawną jest przedawniona („wierzytelność niespornie przedawniona”), a osoba zadłużona będąca konsumentem kwestionuje obowiązek zapłaty powołując się na przedawnienie wierzytelności, przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami wyjaśnia tej osobie naturę prawną przedawnionego roszczenia oraz informuje o prawie wierzyciela do oczekiwania zapłaty na drodze polubownej.
2. W przypadku wierzytelności niespornie przedawnionej przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami może poinformować osobę zadłużoną będącą konsumentem także o innych prawach przysługujących wierzycielowi. Informacja ta nie może jednak wprowadzać w błąd, w szczególności co do możliwości dochodzenia przedawnionego roszczenia na drodze sądowej.
3. W przypadku wierzytelności niespornie przedawnionej przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami powinno zmniejszyć częstotliwość kontaktu z osobą zadłużoną będącą konsumentem.
4. W przypadku wierzytelności niespornie przedawnionej, gdy pomimo wyjaśnień przekazanych osobie zadłużonej będącej konsumentem przez przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami, ta osoba zadłużona nadal kwestionuje obowiązek zapłaty powołując się na przedawnienie wierzytelności, przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami zobowiązane jest do zaprzestania kontaktów z tą osobą w sprawie tej wierzytelności, chyba że ta osoba zadłużona wyrazi wolę podjęcia rozmów z tym przedsiębiorstwem lub informacja o tej wierzytelności jest ujawniona w biurze informacji gospodarczej, lub zachodzi inna uzasadniona przyczyna kontaktu.

#### § 72c

W przypadku wierzytelności przedawnionej oferowanie osobie zadłużonej będącej konsumentem przez przedsiębiorstwo windykacyjne lub podmioty z nim powiązane produktów finansowych umożliwiających osobie zadłużonej spłatę istniejącego zadłużenia, generujących dodatkowe koszty dla osoby zadłużonej, jest dopuszczalne pod warunkiem rzetelnego

poinformowania tej osoby zadłużonej o cechach i kosztach takiego produktu oraz pod warunkiem, że w wyniku przeprowadzonej analizy zdolności kredytowej (w tym posiadanych już przez tę osobę produktów kredytowych) przedsiębiorstwo zarządzające wierzytelnościami ustali, że ta osoba zadłużona będzie w stanie wywiązać się ze swoich zobowiązań, wynikających z zawieranej umowy. Propozycji zawarcia ugody obejmującej restrukturyzację istniejącego zadłużenia nie uważa się za oferowanie nowego produktu finansowego.

## **Część IV**

### **Ochrona informacji oraz ochrona danych osobowych**

#### **§ 73**

Przedsiębiorstwa zarządzające wierzytelnościami zapewniają zachowanie tajemnicy oraz pełną ochronę techniczną i prawną wszelkich informacji uzyskanych od kontrahentów w związku z negocjowaniem, zawieraniem i wykonywaniem umów, w tym w szczególności niewykorzystywanie tych informacji dla celów innych niż te, dla których zostały one udostępnione lub przekazane, nieudostępnianie ich ani też nieprzekazywanie innym osobom, chyba że jest to niezbędne dla czynności windykacyjnych w granicach przewidzianych przepisami prawa (biura meldunkowe, kancelarie adwokackie i radców prawnych, sądy, komornicy itp.).

#### **§ 74**

1. Przedsiębiorstwa zarządzające wierzytelnościami zapewniają zachowanie tajemnicy oraz pełną ochronę danych osobowych osób zadłużonych, tak przekazanych im w związku ze sprzedażą, jak i udostępnionych w związku z wykonywaniem czynności windykacyjnych, zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych. W szczególności zapewnią niewykorzystywanie tych danych dla celów innych niż te, dla których zostały one udostępnione lub przekazane oraz nieudostępnianie ich ani też nieprzekazywanie innym osobom, chyba, że jest to niezbędne dla wykonywania czynności windykacyjnych (biura meldunkowe, kancelarie adwokackie i radców prawnych, sądy, komornicy itp.).
2. W procesie sprzedaży wierzytelności, przed przekazaniem jakichkolwiek danych osobowych osób zadłużonych lub innych danych niezbędnych do dokonania wyceny wierzytelności, potencjalne strony transakcji podpisują umowę o zachowaniu poufności w zakresie przekazywanych informacji.

## **Część V**

### **Praktyki zakazane i niedozwolone**

#### **§ 75**

Przedsiębiorstwa zarządzające wierzytelnościami oraz osoby działające w ich imieniu nie stosują przy wykonywaniu czynności windykacyjnych metod i sposobów naruszających prawo i dobre obyczaje. W szczególności zakazane są następujące działania:

1. Używanie siły, gróźb karalnych lub innych czynności naruszających godność osobistą.

2. Używanie wulgarnego lub nieprzyzwoitego języka lub określeń naruszających godność osobistą, a także niegrzecznego tonu rozmów.
3. Używanie jakichkolwiek innych środków mających na celu zastraszanie osoby zadłużonej.
4. Przekazywanie lub ujawnianie informacji o zadłużeniu i przebiegu czynności windykacyjnych nieuprawnionym osobom trzecim, w tym zwłaszcza nieletnim członkom rodziny osoby zadłużonej.
5. Przesyłanie lub używanie dokumentów, pism, ubiorów lub narzędzi wskazujących na wykonywanie czynności przez sąd, czy jakikolwiek urząd państwowy, lub zawierających informacje dla tych instytucji właściwe lub przeznaczone.
6. Przedstawianie nieprawdziwych danych dotyczących zadłużenia, w szczególności określających charakter, wielkość lub status prawny zadłużenia.
7. Podawanie nieprawdziwych informacji o swoim statusie, kwalifikacjach, doświadczeniu lub uprawnieniach zawodowych, w szczególności nieuprawnione, rzekome działanie w imieniu innego przedsiębiorstwa zarządzającego wierzytelnościami lub nieprawdziwe informacje o kwalifikacjach i uprawnieniach w zakresie zawodów prawniczych.
8. Przekazywanie nieprawdziwych informacji o konsekwencjach niezapłacenia zadłużenia, między innymi takich jak areszt, pozbawienie wolności, konfiskata majątku.
9. Wyrażanie w kontaktach z osobą zadłużoną lub osobami trzecimi sugestii, że osoba zadłużona jest przestępcą.
10. Przyjmowanie przez windykatorów od osób zadłużonych środków pieniężnych lub jakichkolwiek przedmiotów bez wystawienia pokwitowania.
11. Grożenie w jakikolwiek sposób lub podejmowanie działań zmierzających do naruszenia własności lub posiadania.
12. Pobieranie od osób zadłużonych, bez tytułu prawnego wynikającego z zawartych umów bądź przepisów prawa, kwot tytułem opłat w związku z prowadzonymi działaniami windykacyjnymi.
13. Stosowanie przy prowadzeniu windykacji sądowej, w szczególności windykacji masowej i przy dochodzeniu roszczeń w elektronicznym postępowaniu upominawczym, metod i sposobów stanowiących nadużycie lub obejście prawa, takich jak:
  - a) wskazywanie w pozwie – jako daty wymagalności roszczenia – daty innej niż data wymagalności roszczenia w stosunku do wierzyciela pierwotnego, z wyjątkiem przypadków, w której inna data wymagalności wynika z zawartej z osobą zadłużoną ugody pozasądowej,
  - b) wielokrotne wnoszenie pozwów w sprawie tego samego roszczenia, przy niezmiennych okolicznościach faktycznych i prawnych sprawy, do tego samego sądu lub do różnych sądów z nadużyciem instytucji cofnięcia powództwa, w sytuacjach, gdy ponowne wniesienie pozwu miałyby nastąpić po wniesieniu przez osobę zadłużoną sprzeciwu lub zarzutu do nakazu zapłaty.

---

## **KSIĘGA IV**

### **Zasady dobrych praktyk biur informacji gospodarczej**

#### **Część I**

#### **Definicje**

##### **§ 76**

Poniższe określenia, użyte w niniejszych zasadach, oznaczają:

- a) Ustawa – ustawa z dnia 9 kwietnia 2010 r. o udostępnianiu informacji gospodarczych i wymianie danych gospodarczych (tj. Dz.U. 2014, poz. 1015, z późn. zm.).
- b) Informacje gospodarcze – informacje dotyczące wiarygodności płatniczej podmiotu będącego osobą fizyczną, osobą prawną lub jednostką organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, w szczególności informacje dotyczące wymagalnych zobowiązań tego podmiotu, informacje dotyczące posłużenia się wobec tego podmiotu podrobionym lub cudzym dokumentem potwierdzającym tożsamość lub zaświadczeniem o zatrudnieniu, a także informacje o wywiązywaniu się z zobowiązań przez ten podmiot lub inne informacje, o których mowa w ustawie.
- c) Biuro – biuro informacji gospodarczej działające na podstawie ustawy, którego głównym przedmiotem działalności gospodarczej jest pośrednictwo w udostępnianiu informacji gospodarczych, polegające na przyjmowaniu informacji gospodarczych od wierzycieli i innych uprawnionych podmiotów, przechowywaniu oraz ujawnianiu tych informacji.
- d) Regulamin – regulamin zarządzania danymi, uchwalony, zatwierdzony i ogłoszony zgodnie z art. 11 ustawy.
- e) Wierzyciel – osoba fizyczna, której wierzytelność została stwierdzona tytułem wykonawczym, osoba fizyczna wykonująca działalność gospodarczą, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, której w związku z wykonywaną działalnością gospodarczą lub stosunkiem prawnym przysługuje wierzytelność, lub inny podmiot, o którym mowa w art. 2 ust. 2 pkt 4 ustawy.
- f) Podmiot, którego dotyczą informacje gospodarcze – osoba fizyczna, w tym osoba fizyczna wykonująca działalność gospodarczą, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, której dotyczą informacje gospodarcze udostępniane za pośrednictwem biura.

#### **Część II**

#### **Podstawowe zasady działania**

##### **§ 77**

1. Biuro prowadzi działalność w zgodzie z ustawą i innymi powszechnie obowiązującymi przepisami prawa, a także z poszanowaniem postanowień regulaminu oraz zasad współżycia społecznego.

2. Celem działalności biura jest stworzenie warunków do poprawy bezpieczeństwa obrotu gospodarczego poprzez zapewnienie wierzycielom i kredytodawcom dostępu do informacji dotyczących wiarygodności płatniczej oraz zdolności kredytowej.
3. Celem działalności biura jest również stwarzanie warunków do poprawy rzetelności w spłacaniu zobowiązań przez dłużników, poprzez udostępnianie informacji o wykonywaniu lub niewykonywaniu przez nich swoich zobowiązań.
4. Biuro podejmuje działania zmierzające do zapewnienia prawdziwości, kompletności, aktualności oraz legalności informacji gospodarczych. W tym celu biuro podejmuje działania informacyjne i edukacyjne zmierzające do upowszechnienia korzystania z ustawowego prawa dostępu do informacji przez podmioty, których te informacje dotyczą, a także zapewnia tym podmiotom efektywny dostęp do tych informacji.
5. Biuro wdraża odpowiednie procedury zmierzające do weryfikacji informacji gospodarczych w przypadku zgłoszenia zastrzeżenia przez podmiot, którego one dotyczą, dbając w szczególności o to, aby wdrożone procedury i stosowane rozwiązania były proporcjonalne i nie stanowiły bariery w dostępie do informacji gospodarczych przez uprawnione osoby trzecie.
6. Biuro w swojej działalności kieruje się zasadą poszanowania słuszných praw uczestników procesu udostępniania informacji gospodarczych, dbając w szczególności o zachowanie równowagi pomiędzy potrzebą zapewnienia wierzycielom i kredytodawcom dostępu do informacji gospodarczych a zachowaniem prawa do prywatności osób fizycznych, których dotyczą te informacje.
7. Biuro, także we współdziałaniu z innymi biurami w ramach organizacji samorządowych, podejmuje działania zmierzające do promowania odpowiedzialnych zachowań płatniczych, w szczególności odpowiedzialnego zaciągania zobowiązań oraz ich rzetelnego wykonywania, a także do budowania pozytywnej historii płatniczej.
8. Biuro podejmuje działania zmierzające do promowania idei wymiany, pomiędzy biurami i innymi uprawnionymi podmiotami, informacji dotyczących wiarygodności płatniczej.

### **Część III**

#### **Obowiązki informacyjne i kontaktowanie się z osobami zainteresowanymi**

##### **§ 78**

Biuro zapewnia osobom zainteresowanym łatwy dostęp do jasnych i zwięzłych informacji o przedmiocie i podstawach prawnych prowadzonej działalności, w szczególności poprzez zamieszczenie odpowiednich informacji na swoich stronach internetowych. Biuro udostępnia na swoich stronach internetowych aktualne teksty jednolite ustawy i regulaminu, a także przykładowe wzory dokumentów stosowanych w procesie udostępnienia informacji gospodarczych, w szczególności wzór wniosku o udostępnienie informacji gospodarczych na własny temat, wzór wniosku o udostępnienie informacji z rejestru zapytań oraz wzór upoważnienia do wystąpienia z wnioskiem o ujawnienie informacji gospodarczych dotyczących konsumenta.

### § 79

1. Na wniosek wierzyciela przekazującego informacje gospodarcze biuro może powiadomić podmiot, którego dotyczą te informacje, o ich przekazaniu do biura. Powiadomienie powinno zawierać co najmniej oznaczenie wierzyciela oraz wskazanie tytułu prawnego zobowiązania, a w przypadku powiadomienia o przekazaniu negatywnych informacji gospodarczych również wskazanie kwoty zaległości.
2. Powiadomienie może zawierać również informacje odpowiednio o potencjalnych negatywnych lub pozytywnych skutkach przekazania informacji gospodarczych dla wiarygodności płatniczej podmiotu, którego dotyczą te informacje. W przypadku powiadomienia o przekazaniu negatywnych informacji gospodarczych powiadomienie może także zawierać rekomendację dotyczącą nawiązania przez dłużnika kontaktu z wierzycielem w celu wyjaśnienia wątpliwości dotyczących podstawy prawnej lub faktycznej zobowiązania lub jego wysokości, lub w celu ustalenia warunków spłaty zobowiązania.
3. Powiadomienie nie powinno wprowadzać w błąd, w szczególności co do charakteru działalności biura, a także skutków przekazania, terminów przechowywania lub sposobów wykorzystania informacji gospodarczych.

### § 80

Korespondencja wysyłana w fizycznej formie przesyłki listowej, kierowana przez biuro do podmiotu, którego dotyczą informacje gospodarcze, powinna być wysyłana w zamkniętej kopercie, bez adnotacji lub znaków na kopercie wskazujących, że korespondencja dotyczy długu adresata. Zastrzeżenie w zakresie znaków na kopercie nie dotyczy oznaczenia i znaków graficznych identyfikujących biuro.

### § 81

W przypadku kontaktu telefonicznego z podmiotem, którego dotyczą informacje gospodarcze, biuro zobowiązane jest zapewnić, aby rozmowy telefoniczne były prowadzone w sposób uprzejmy i kulturalny, zapewniający zachowanie tajemnicy i nieujawnianie osobom trzecim informacji o danych osobowych oraz zobowiązaniach podmiotu, które dotyczą informacji gospodarcze.

### § 82

Biuro może zezwolić wierzycielowi na wykorzystanie elementów identyfikacji wizualnej, w szczególności znaku towarowego (logo) biura, w korespondencji kierowanej do adresatów w związku z procesem udostępniania informacji gospodarczych, w szczególności w wezwaniach do zapłaty, o których mowa w ustawie. W takim przypadku biuro zapewnia jednak, aby elementy identyfikacji biura nie były wykorzystane w sposób, który mógłby wprowadzać adresata w błąd, w szczególności co do przedmiotu działalności biura, a także skutków przekazania, terminów przechowywania lub sposobów wykorzystania informacji gospodarczych.



### § 83

Biuro informuje odbiorcę informacji gospodarczych, w szczególności poprzez zamieszczenie odpowiedniego pouczenia w treści umowy o ujawnianie informacji gospodarczych lub w treści raportu kredytowego, o ustawowym obowiązku usunięcia informacji gospodarczych po upływie 90 dni od ich otrzymania od biura, a także o ustawowym zakazie ujawniania innym podmiotom otrzymanych od biura informacji gospodarczych dotyczących konsumenta.

## Część IV

### Udostępnianie informacji na własny temat oraz z rejestru zapytań

#### § 84

1. Biuro udostępnia na swoich stronach internetowych wzór wniosku o udostępnienie informacji na własny temat oraz wzór wniosku o udostępnienie informacji z rejestru zapytań, z zastrzeżeniem, że biuro nie może odmówić realizacji wniosku wyłącznie z tego powodu, że wniosek został złożony niezgodnie z udostępnionym wzorem.
2. Biuro informuje na swoich stronach internetowych o wysokości opłaty za dostęp do informacji na własny temat oraz do informacji z rejestru zapytań, jak również o prawie do uzyskania dostępu do tych informacji bez opłat oraz o przesłankach warunkujących skorzystanie z tego prawa.
3. Biuro wdraża odpowiednie procedury zapewniające weryfikację tożsamości wnioskodawcy występującego o udostępnienie informacji na własny temat lub z rejestru zapytań, dbając o to, aby zastosowane rozwiązania techniczne i organizacyjne były proporcjonalne i zapewniały właściwy poziom bezpieczeństwa tych informacji przy zachowaniu efektywnego dostępu do nich. Postanowienia te stosuje się odpowiednio do weryfikacji tożsamości przedstawiciela ustawowego lub pełnomocnika wnioskodawcy.
4. Jeżeli wniosek o udostępnienie informacji na własny temat lub z rejestru zapytań zawiera braki uniemożliwiające nadanie mu biegu, biuro zawiadamia wnioskodawcę o brakach, wskazując ich rodzaj oraz sposób uzupełnienia.

## Część V

### Przyjmowanie, przechowywanie i ujawnianie informacji gospodarczych

#### § 85

Biuro wymaga od wierzyciela przekazującego informacje gospodarcze co najmniej złożenia oświadczenia dotyczącego wywiązania się przez niego z obowiązku informacyjnego względem dłużnika, jeżeli obowiązek taki wynika z ustawy. Oświadczenie może być złożone przez wierzyciela również w sposób dorozumiany, w szczególności przez przekazanie informacji gospodarczej w sposób określony w art. 2 ust. 1 pkt 4 lit. g ustawy.

#### § 86

1. Biuro zapewnia poufność i bezpieczeństwo przechowywanych informacji gospodarczych, w szczególności zabezpiecza te informacje przed ich utratą, uszkodzeniem, zniekształceniem, jak również przed ich wykorzystaniem w sposób niezgodny z ustawą.
2. Biuro zapewnia, że dostęp do przechowywanych informacji gospodarczych mają wyłącznie upoważnieni pracownicy biura, w zakresie niezbędnym do wykonywania ich obowiązków służbowych.

#### § 87

1. Biuro wymaga od podmiotu występującego o ujawnienie informacji gospodarczych dotyczących konsumenta co najmniej złożenia oświadczenia dotyczącego daty uzyskania upoważnienia konsumenta – w przypadku, gdy obowiązek posiadania takiego upoważnienia wynika z ustawy.
2. Biuro udostępnia na swoich stronach internetowych rekomendowany wzór upoważnienia konsumenta do wystąpienia z wnioskiem o ujawnienie informacji gospodarczych o jego zobowiązaniach.

#### § 88

W przypadku otrzymania wniosku o ujawnienie informacji gospodarczych w trybie art. 25 ust. 1 ustawy, pochodzącego od nieuprawnionego podmiotu, albo od uprawnionego podmiotu, lecz bez zachowania wszystkich warunków określonych w ustawie, biuro odmawia ujawnienia informacji oraz poucza wnioskodawcę o treści tego przepisu.

## **Część VI**

### **Organizacja i dokumentowanie procesu udostępniania informacji gospodarczych**

#### § 89

1. Biuro zapewnia bezpieczeństwo i poufność procesu udostępniania informacji gospodarczych.
2. W tym celu biuro stosuje odpowiednie zabezpieczenia organizacyjne i techniczne, w szczególności przewidujące identyfikację użytkownika przy pomocy loginu i hasła.
3. Biuro niezwłocznie reaguje na wszelkie zgłaszane incydenty mogące świadczyć o naruszeniu bezpieczeństwa lub poufności procesu udostępniania informacji gospodarczych.
4. Biuro przechowuje informacje dotyczące przebiegu procesu udostępniania informacji gospodarczych za pośrednictwem biura. Informacje te mogą być wykorzystane przez biuro w celach dowodowych związanych z odpowiedzialnością zawodową biura, jak również udostępnione uprawnionym organom państwowym na ich żądanie.

## **Część VII Reklamacje**

### **§ 90**

1. Biuro przyjmuje i rozpatruje reklamacje klientów odnoszące się do sposobu świadczenia na ich rzecz usługi.
2. W przypadku gdy reklamacja wniesiona przez klienta zawiera braki uniemożliwiające jej rozpatrzenie, biuro zawiadamia wnioskodawcę o brakach, wskazując ich rodzaj oraz sposób uzupełnienia.
3. Biuro powinno rozpatrzyć reklamację niezwłocznie, nie później niż w terminie 30 dni od jej otrzymania.
4. W przypadku otrzymania od podmiotu, którego dotyczą informacje gospodarcze, wniosku o umorzenie zobowiązania lub odroczenie spłaty, lub innego wniosku wykraczającego poza zakres działalności biur informacji gospodarczej, biuro informuje ten podmiot o charakterze prowadzonej przez siebie działalności oraz o konieczności kontaktu bezpośrednio z wierzycielem lub innym właściwym podmiotem.

## **Część VIII Sprzeciw dłużnika**

### **1. Treść, forma i sposób wnoszenia sprzeciwu**

#### **§ 91**

1. Dłużnik może wnieść do biura sprzeciw wobec dotyczących go informacji gospodarczych mających status informacji aktualnych.
2. W sprzeciwie dłużnik może żądać uaktualnienia lub usunięcia informacji gospodarczych.
3. Jeśli informacje gospodarcze, których dotyczy sprzeciw, nie są przechowywane w bazie danych biura, sprzeciw uznaje się za bezzasadny, zawiadamiając o tym dłużnika wraz z pouczeniem o treści art. 21a ust. 8 ustawy.
4. Biuro może również poinformować o wpływie sprzeciwu wierzyciela wskazanego w sprzeciwie, jeżeli przewiduje to umowa zawarta pomiędzy biurem a tym wierzycielem lub regulacje wewnętrzne biura.

#### **§ 92**

1. Sprzeciw dłużnika wnoszony jest:
  - 1) w formie pisemnej osobiście w siedzibie biura lub drogą pocztową na adres siedziby biura, przy czym Regulamin biura może określać inne miejsce lub adres, pod którym może być wniesiony sprzeciw;
  - 2) drogą elektroniczną, w szczególności za pośrednictwem stron (serwisów) internetowych biura lub poczty elektronicznej; Regulamin powinien wskazywać, odpowiednio, adres strony internetowej lub adres poczty elektronicznej, na który można wnieść sprzeciw lub wskazywać adres strony internetowej, na której

znajduje się informacja o adresie poczty elektronicznej, na który można wnieść sprzeciw.

2. Regulamin biura może przewidywać, że sprzeciw wniesiony drogą elektroniczną winien być opatrzony kwalifikowanym podpisem elektronicznym dłużnika.
3. Regulamin biura może przewidywać, że sprzeciw może zostać wniesiony na formularzu. W takim przypadku biuro udostępnia formularz sprzeciwu w swojej siedzibie oraz na swoich stronach internetowych.

### § 93

Sprzeciw powinien zawierać:

- 1) imię i nazwisko albo nazwę (firmę) dłużnika;
- 2) w przypadku sprzeciwu wnoszonego przez przedstawiciela ustawowego albo pełnomocnika – imię i nazwisko tej osoby, przy czym dane te mogą wynikać z załączonego pełnomocnictwa;
- 3) adres miejsca zamieszkania lub siedziby dłużnika;
- 4) w przypadku sprzeciwu wnoszonego przez przedstawiciela ustawowego albo pełnomocnika na piśmie – adres tej osoby do korespondencji, przy czym dane te mogą wynikać z załączonego pełnomocnictwa;
- 5) w przypadku sprzeciwu wnoszonego drogą elektroniczną – adres e-mail;
- 6) numer Powszechnego Elektronicznego Systemu Ewidencji Ludności (PESEL) dłużnika będącego osobą fizyczną;
- 7) numer identyfikacji podatkowej (NIP) dłużnika będącego osobą fizyczną wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą, osobą prawną lub jednostką organizacyjną;
- 8) numer informacji gospodarczej w bazie danych biura, która jest przedmiotem sprzeciwu – jeżeli informacji gospodarczej nadano numer i jest on dostępny dla dłużnika;
- 9) oznaczenie zobowiązania dłużnika, obejmujące co najmniej: (i) oznaczenie wierzyciela – imię, nazwisko oraz PESEL albo nazwa (firma) oraz NIP, (ii) tytuł prawny, (iii) kwotę i walutę;
- 10) co najmniej jedno z żądań, o których mowa w § 91 ust. 2;
- 11) wskazanie okoliczności uzasadniających sprzeciw (wraz z ich udokumentowaniem);
- 12) opcjonalnie – oświadczenie o wyborze sposobu dalszej komunikacji z biurem, jeżeli biuro dopuszcza taką możliwość;
- 13) w przypadku sprzeciwu wnoszonego w formie pisemnej – własnoręczny, czytelny podpis dłużnika albo – w przypadku sprzeciwu wnoszonego przez przedstawiciela ustawowego albo pełnomocnika dłużnika – podpis tej osoby.

### § 93a

1. Sprzeciw może być wniesiony przez pełnomocnika.
2. Pełnomocnictwo powinno być udzielone w formie pisemnej.
3. Do sprzeciwu należy załączyć co najmniej kserokopię pełnomocnictwa.
4. W przypadku sprzeciwu wnoszonego w drodze elektronicznej konieczne jest dołączenie czytelnego skanu lub zdjęcia pełnomocnictwa.

### § 93b

W przypadku niezachowania przez dłużnika warunków formalnych sprzeciwu określonych w § 92 ust. 1–2, § 93 lub § 93a, biuro niezwłocznie wzywa dłużnika do poprawienia lub uzupełnienia go w wyznaczonym terminie, nie krótszym niż 7 dni, informując go w stosownym przypadku, że niezastosowanie się do wezwania będzie skutkowało uznaniem sprzeciwu za bezzasadny.

## 2. Dokumentowanie sprzeciwu

### § 93c

1. Dłużnik powinien udokumentować okoliczności uzasadniające sprzeciw. W tym celu dłużnik powinien załączyć do sprzeciwu dokumenty potwierdzające przytoczone w sprzeciwie okoliczności faktyczne oraz prawne – w oryginałach lub czytelnych kopiach. Biuro określa w regulaminie katalog przykładowych dokumentów mogących potwierdzać okoliczności uzasadniające sprzeciw, zawierający przykładowe dokumenty odnoszące się co najmniej do okoliczności wymienionych w art. 30a pkt 1 i 2 ustawy.
2. W przypadku nieudokumentowania okoliczności uzasadniających sprzeciw w sposób opisany w ust. 1, biuro niezwłocznie wzywa dłużnika do udokumentowania tych okoliczności w wyznaczonym terminie, nie krótszym niż 7 dni, pouczając go w stosownym przypadku, że niezastosowanie się do wezwania może skutkować uznaniem sprzeciwu za bezzasadny.

### § 93d

1. Jeżeli dłużnik nie uzupełnił lub nie poprawił sprzeciwu lub nie udokumentował okoliczności uzasadniających sprzeciw w terminie wyznaczonym w wezwaniu, biuro uznaje sprzeciw za bezzasadny, chyba że braki te są tego rodzaju, że nie uniemożliwiają ani nie utrudniają w istotny sposób rozpatrzenia sprzeciwu.
2. W przypadku wniesienia sprzeciwu biuro może zwrócić się do dłużnika lub wierzyciela o wyjaśnienia. Zwracając się o wyjaśnienia do wierzyciela biuro doręcza wierzycielowi sprzeciw wraz z dokumentami przedłożonymi przez dłużnika, wzywając go do ustosunkowania się do sprzeciwu oraz udzielenia wyjaśnień w wyznaczonym w tym celu terminie, nie dłuższym niż 14 dni.
3. Ustosunkowując się do sprzeciwu, o ile w wezwaniu biuro nie wskaże inaczej, wierzyciel powinien odnieść się do wszystkich okoliczności uzasadniających sprzeciw wskazanych przez dłużnika, jak również udzielić żądanych przez biuro wyjaśnień. Jeżeli wierzyciel kwestionuje okoliczności uzasadniające sprzeciw, powinien wskazać i udokumentować okoliczności uzasadniające jego stanowisko. Postanowienia § 93c stosuje się odpowiednio.
4. W przypadku bezskutecznego upływu terminu wyznaczonego wierzycielowi na ustosunkowanie się do sprzeciwu, biuro rozpatruje sprzeciw na podstawie informacji zawartych w sprzeciwie i dokumentach przedłożonych przez dłużnika. W takim przypadku biuro, na podstawie całokształtu okoliczności, może uznać okoliczności uzasadniające sprzeciw za przyznane przez wierzyciela, o czym wierzyciel powinien zostać pouczony w wezwaniu.

### 3. Wstrzymanie i zawieszenie ujawniania danych

#### § 93e

1. Po otrzymaniu sprzeciwu spełniającego wymagania formalne określone w § 92 ust. 1–2, § 93 i § 93a oraz udokumentowanego zgodnie z § 93c, biuro niezwłocznie wstrzymuje ujawnianie informacji gospodarczych objętych sprzeciwem na okres do 30 dni w przypadku, gdy na podstawie informacji zawartych w sprzeciwie oraz załączonych dokumentach zachodzi uzasadnione przypuszczenie, że informacje te dotyczą zobowiązania, które nie istnieje albo wygaśło.
2. W przypadkach nieobjętych ust. 1 biuro może wstrzymać ujawnianie informacji gospodarczych objętych sprzeciwem na okres nie dłuższy niż 30 dni.
3. Podstawę wstrzymania przez biuro ujawniania informacji gospodarczych mogą stanowić w szczególności następujące dokumenty, o ile na podstawie ich treści można stwierdzić, że dotyczą zobowiązania, którego dotyczą informacje gospodarcze objęte sprzeciwem:
  - 1) orzeczenie sądu oddalające powództwo o zapłatę;
  - 2) orzeczenie sądu ustalające nieistnienie zobowiązania albo wygaśnięcie zobowiązania;
  - 3) potwierdzenie dokonania zapłaty;
  - 4) oświadczenie wierzyciela o zwolnieniu z długu;
  - 5) inne dokumenty urzędowe potwierdzające nieistnienie albo wygaśnięcie zobowiązania albo trwałe zaprzestanie wykonywania działalności gospodarczej przez wierzyciela.
4. Biuro informuje wierzyciela i dłużnika o wstrzymaniu ujawniania informacji gospodarczych, wskazując termin na jaki ujawnianie informacji gospodarczych zostało wstrzymane.
5. Biuro może przedłużyć okres wstrzymania ujawniania informacji gospodarczych do 45 dni od dnia wstrzymania, gdy rozpatrzenie sprzeciwu wiąże się ze szczególnymi trudnościami, informując o tym wierzyciela i dłużnika oraz wskazując termin, na jaki wstrzymanie ujawniania informacji gospodarczych zostało przedłużone oraz przyczynę przedłużenia.

#### § 93f

1. W przypadku wstrzymania ujawniania informacji gospodarczych objętych sprzeciwem biuro rozpatruje sprzeciw w terminie nie dłuższym aniżeli okres, na jaki wstrzymano ujawnianie informacji gospodarczych objętych sprzeciwem, określony odpowiednio w § 93e ust. 1, 2 albo 5.
2. W pozostałych przypadkach biuro rozpatruje sprzeciw w terminie nie dłuższym niż 30 dni od dnia otrzymania przez biuro sprzeciwu spełniającego wymagania określone w § 92 ust. 1–2, § 93, § 93a oraz § 93c.
3. W przypadku, o którym mowa w ust. 2, jeżeli rozpatrzenie sprzeciwu wiąże się ze szczególnymi trudnościami, biuro może przedłużyć termin rozpoznania sprzeciwu na okres, który łącznie nie przekracza 45 dni od dnia otrzymania przez biuro sprzeciwu spełniającego wymagania określone w § 92 ust. 1–2, § 93, § 93a oraz § 93c, in-

formując o tym wierzyciela i dłużnika oraz wskazując nowy termin rozpatrzenia sprzeciwu oraz przyczynę przedłużenia.

4. Po rozpatrzeniu sprzeciwu biuro:
  - 1) dokonuje aktualizacji informacji gospodarczej w razie uzyskania uzasadnionej informacji o okolicznościach, o których mowa w art. 2 ust. 1 pkt 4 lit. e, f lub j ustawy, albo o tym, że dane, o których mowa w art. 2 ust. 1 pkt 1–3 ustawy są nieprawidłowe lub nieaktualne;
  - 2) usuwa informację gospodarczą w razie uzyskania uzasadnionej informacji o okolicznościach, o których mowa w art. 31 pkt 4–9 ustawy; albo
  - 3) uznaje sprzeciw za bezzasadny.
5. W przypadku powzięcia przez biuro w toku rozpatrywania sprzeciwu uzasadnionych wątpliwości dotyczących aktualności, prawdziwości lub kompletności informacji gospodarczej w zakresie nieobjętym § 93e ust. 1 i 2 powyżej, biuro może zawiesić ujawnianie tej informacji gospodarczej na czas wyjaśniania sprawy między stronami lub przez właściwy organ albo usunąć tę informację gospodarczą.

#### § 93g

1. O dokonaniu aktualizacji, usunięciu oraz zawieszeniu ujawniania informacji gospodarczej przez biuro, jak również o uznaniu sprzeciwu za bezzasadny, biuro informuje wierzyciela i dłużnika.
2. Informując dłużnika o uznaniu sprzeciwu za bezzasadny, biuro poucza go, iż ponowne wniesienie sprzeciwu w oparciu o te same okoliczności faktyczne i prawne spowoduje pozostawienie sprzeciwu bez rozpatrzenia.

#### **4. Obowiązki informacyjne biur informacji gospodarczej wobec wierzyciela i dłużnika w procesie rozpatrywania sprzeciwu, zasady komunikacji**

#### § 93h

1. Wszystkie komunikaty, w tym wezwania, informacje i pouczenia, kierowane zarówno do wierzyciela, jak i dłużnika powinny zawierać wskazanie podstawy prawnej wynikającej z ustawy lub Regulaminu dla prowadzonych działań – w stosownym przypadku wraz z uzasadnieniem konieczności ich zastosowania w danym stanie faktycznym i prawnym. Dodatkowo komunikaty, o których mowa w zdaniu poprzednim mogą zawierać wskazanie właściwych postanowień niniejszych zasad.
2. Komunikacja biura z wierzycielem odbywa się w formach określonych w regulaminie biura lub umowie zawartej z wierzycielem. Jeżeli brak jest ustalonych zasad – w przypadku rozpatrywania sprzeciwu biuro powinno kontaktować się z wierzycielem w formie pisemnej, pismem przesyłanym drogą pocztową listem poleconym.
3. Komunikacja z dłużnikiem powinna odbywać się w takiej samej formie, w jakiej wniesiono sprzeciw. Za zgodą lub na wniosek dłużnika komunikacja z dłużnikiem może odbywać się również w innych formach określonych w regulaminie biura.

---

## **Część IX**

### **Praktyki zakazane i niedozwolone**

#### § 94

Biuro oraz osoby w nim zatrudnione wystrzegają się działań, które mogłyby naruszać prawo, postanowienia regulaminu lub zasady współzycia społecznego. W szczególności zakazane jest:

- a) podejmowanie jakichkolwiek działań mogących wprowadzać podmioty, których dotyczą informacje gospodarcze, w błąd co do statusu prawnego i przedmiotu działalności biura, a także skutków udostępnienia informacji gospodarczych, w szczególności sugerowanie, że rejestr prowadzony przez biuro ma charakter publicznoprawny;
- b) używanie w kontaktach z dłużnikiem siły, gróźb karalnych lub podejmowanie jakichkolwiek prób zastraszania lub wprowadzania w błąd, w szczególności przez udzielanie nieprawdziwych informacji, a także stosowanie innych metod działania, naruszających godność osobistą dłużnika;
- c) używanie w kontaktach z dłużnikiem wulgarnego lub nieprzyzwoitego języka lub określeń naruszających zasady współzycia społecznego lub przyjęte normy obyczajowe, a także niegrzecznego tonu rozmów;
- d) prowadzenie jakichkolwiek rozmów dotyczących spłaty zobowiązań lub przyjmowanie jakichkolwiek środków finansowych na poczet spłaty zobowiązań, których dotyczą informacje gospodarcze;
- e) udostępnianie lub umożliwianie dostępu do informacji gospodarczych podmiotom nieuprawnionym, lub wykorzystywanie tych informacji do jakichkolwiek celów sprzecznych z ustawą.



## **KSIĘGA V**

### **Zasady dobrych praktyk funduszy hipotecznych**

#### **Część I**

#### **Ogólne wartości i normy etyczne**

##### **§ 95**

Niezależnie od Zasad Ogólnych zawartych w Księdze I Zasad Dobrych Praktyk ZPF, Fundusz zobowiązuje się do przestrzegania poniższych wartości:

1. **Rzetelność** – komunikowanie się z Seniorami w sposób jasny, rzetelny i dokładny, przedstawiając wszelkie konsekwencje zawarcia umowy. Wystrzeganie się nierzetelności zarówno w kontaktach z Seniorami, jak również z szeroko rozumianymi osobami trzecimi.
2. **Doradztwo** – doradzanie, ukierunkowane na potrzeby Seniorów, pomaganie im w dokonywaniu racjonalnych decyzji w zakresie uzupełnienia dochodów poprzez właściwe zadysponowanie własną nieruchomością.
3. **Kompetencje** – dysponowanie niezbędną wiedzą i doświadczeniem, aby skutecznie i możliwie jak najlepiej służyć Seniorom pomocą, również poprzez aktualizowanie wiedzy i doskonalenie kompetencji, którymi dysponują Przedstawiciele Funduszu.
4. **Pracowitość** – świadczenie Seniorom usług z należytą starannością, bez zbędnej zwłoki, w sposób taktowny i zgodnie ze wszystkimi wymogami Zasad i przepisami prawa.
5. **Standardy** – dbałość o wysokie standardy świadczenia usług poprzez zapewnienie przedstawicielom Funduszu i podmiotom współpracującym dostępu do odpowiednich szkoleń.

#### **Część II**

#### **Definicje**

##### **§ 96**

Poniższe określenia, użyte w niniejszej Księdze, oznaczają:

- a) „Senior” – osoba, do której skierowany jest produkt oferowany przez Fundusz;
- b) „Fundusz” – Fundusz Hipoteczny to podmiot prawny, działający jako spółka z ograniczoną odpowiedzialnością lub spółka akcyjna, oferująca opisany w niniejszych Zasadach produkt;
- c) „Przedstawiciel Funduszu” – osoba działająca w imieniu i na rzecz Funduszu, na podstawie umowy o pracę, umowy agencyjnej lub innego rodzaju umowy;
- d) „Produkt” – umowa renty dożywotniej lub umowa dożywocia:
  - i. „Umowa renty dożywotniej” oznacza umowę nazwaną, opisaną w przepisach art. 903 – art. 906 Kodeksu cywilnego,
  - ii. „Umowa dożywocia” – oznacza umowę nazwaną, opisaną w przepisach art. 908 – art. 916 Kodeksu cywilnego.

### **Część III**

#### **Czynności podejmowane przez Fundusz w celu pozyskania Seniorów**

##### **§ 97**

1. Niezależnie od kanału dystrybucji produktu wykorzystywanego dla pozyskania Seniora udzielanie informacji o oferowanym produkcie odbywa się w sposób rzetelny, co oznacza jasne i przejrzyste przedstawienie korzyści i konsekwencji prawnych zawarcia umowy, z uwzględnieniem konkretnego, indywidualnego przypadku.
2. Reklamowanie produktu opiera się na rzetelnym, uczciwym, jednoznacznym i zgodnym z prawdą przekazie. Reklama nie może zawierać treści mogących wprowadzić Seniora w błąd.

### **Część IV**

#### **Komunikacja z Seniorami**

##### **§ 98**

1. Fundusz posiada opisane i przyjęte do realizacji standardy komunikowania się z Seniorami poprzez kanał rozmów telefonicznych, bezpośrednich, wymiany korespondencji pisemnych, kanał elektroniczny lub korespondencję wysyланą na adres zamieszkania Seniora.
2. Standardy komunikowania się uwzględniają takie podstawowe jego elementy i założenia, jak: rzeczowa, taktowna rozmowa z Seniorem, uzyskanie możliwie jak najpełniejszych informacji, zachęcenie do skorzystania z oferty, ewentualne taktowne przyjęcie (lub udzielenie) odmowy i podziękowanie za zainteresowanie, budowanie relacji opartych na zaufaniu.
3. Korespondencja wysyłana do Seniora winna być wysyłana na jego adres zamieszkania lub inny, pod którym Senior może być osiągalny, w zamkniętej kopercie, bez adnotacji lub znaków na kopercie wskazujących, czego dotyczy. Zastrzeżenie znaków na kopercie nie dotyczy oznaczenia i znaków graficznych identyfikujących Fundusz.

#### **1. Rozmowy telefoniczne**

##### **§ 99**

1. Rozmowy telefoniczne prowadzą Przedstawiciele Funduszu, legitymujący się normami etycznymi szczegółowo opisanymi w niniejszym Kodeksie.
2. Przedstawiciele Funduszu winni na początku rozmowy podać swoje imię i nazwisko, jak również nazwę Funduszu, w imieniu którego nawiązują kontakt z Seniorem.
3. Przedstawiciele Funduszu mogą komunikować się z Seniorami, w dni powszednie, w godzinach od 8:00 do 20:00, a pozostałych godzinach i dniach, wyłącznie na prośbę Seniora.

## **2. Kontakt bezpośredni**

### **§ 100**

1. Przedstawiciele Funduszu nawiązują kontakt bezpośredni z Seniorami w szczególności poprzez spotkania, wykłady czy prelekcje odbywające się w siedzibie Funduszu, miejscu zamieszkania Seniora, Klubach Seniora, Uniwersytetach Trzeciego Wieku, bądź w każdym innym miejscu, uzgodnionym uprzednio z Seniosem, bądź z reprezentującą Jego interesy instytucją.
2. Termin, godzina oraz miejsce indywidualnego spotkania Przedstawiciela Funduszu z Seniosem ustalane są w drodze uzgodnień między stronami.
3. Przedstawiciele Funduszu zachęcają do udziału w spotkaniach, wykładach oraz prelekcjach także osoby zaufane Seniora.
4. Przedstawiciele Funduszu ubierają się schludnie.
5. Przedstawiciel Funduszu podczas kontaktu bezpośredniego z Seniosem jest zobowiązany przedstawić się, okazać bez wezwania identyfikator oraz upoważnienie do działania wydane przez Fundusz, z określeniem zakresu swojego umocowania.

## **Część V**

### **Stan prawny i wycena nieruchomości**

#### **§ 101**

1. Analiza dostarczonych przez Seniora dokumentów, opisujących stan prawny danej nieruchomości, dokonywana jest w sposób sumienny i z zachowaniem najwyższej staranności.
2. Wycena nieruchomości, mająca na celu ustalenie jednego z kryteriów, potrzebnych do określenia wysokości świadczenia renty dożywotniej/dożycia, dokonywana jest w sposób obiektywny przez niezależnego rzeczoznawcę majątkowego, posiadającego uprawnienia nadane przez Ministra Infrastruktury, oparta o metodę porównawczą. W wyniku wyceny powstaje pisemny operat szacunkowy, określający wartość rynkową nieruchomości.
3. Rzeczoznawca majątkowy, o którym mowa w pkt. 2, to osoba niezależna od Funduszu, posiadająca uprawnienia zawodowe w zakresie szacowania nieruchomości, nadane w trybie przepisów ustawy o gospodarce nieruchomościami z dnia 21 sierpnia 1997 r. (tekst jednolity Dz.U. z 2004 r. nr 261 poz. 2603 z późn. zm.).
4. Koszty wyceny nieruchomości w całości pokrywa Fundusz.
5. Senior winien otrzymać jeden wyciąg z operatu szacunkowego.

## **Część VI**

### **Czynności przedkontraktowe**

#### **§ 102**

1. Fundusz przekazuje Seniorowi materiały informacyjne, pozwalające na zapoznanie się z warunkami i postanowieniami umowy oraz udziela odpowiedzi na wszelkie

pytania Seniora, jakie mogą się pojawić w związku z analizą tych materiałów, dokonaną przez Seniora.

2. W skład materiałów informacyjnych wchodzi w szczególności:
  - a) wzór umowy renty/dożywocia,
  - b) prognozowana wartość świadczenia.
3. W treści materiałów informacyjnych powinny się znaleźć przede wszystkim następujące informacje: wskazanie korzyści oraz ewentualnych wad proponowanego przez Fundusz rozwiązania, oraz ryzyka, związanego z taką umową, w tym zwłaszcza konsekwencji likwidacji lub upadłości Funduszu, zaznaczenie czynników, wpływających na wysokość wypłacanego Seniorowi świadczenia, wskazanie podstawy prawnej, w oparciu o którą Fundusz wypłaca Seniorowi dożywotnią rentę.
4. Materiały informacyjne przekazywane są Seniorowi bezpłatnie.

### § 103

1. Fundusz zapewnia Seniorowi możliwość utrzymywania stałego kontaktu telefonicznego, elektronicznego lub osobistego tak, aby zawsze służyć mu radą i fachową pomocą w procesie kompletowania dokumentacji, niezbędnej do zawarcia umowy zakupu produktu.
2. Fundusz dostosowuje częstotliwość kontaktu z Seniorem do Jego indywidualnych potrzeb.
3. Fundusz pozostaje do dyspozycji Seniora co najmniej od poniedziałku do piątku w godzinach od 9:00 do 17:00.
4. Niezależnie od powyższego, Senior może udać się do siedziby Funduszu od poniedziałku do piątku w godzinach od 9:00 do 17:00, w celu uzyskania bliższych informacji o oferowanym przez Fundusz produkcie.
5. Wskazane powyżej dni i godziny pracy Funduszu nie obejmują dni ustawowo wolnych od pracy.

### § 104

1. Fundusz dostarcza Seniorowi przed podpisaniem umowy, projekt umowy renty dożywotniej/dożywocia, który ma na celu umożliwienie Seniorowi zapoznania się z jego treścią i sformułowania dodatkowych pytań lub wyjaśnienia dalszych wątpliwości.
2. Senior ma możliwość skonsultowania projektu umowy renty dożywotniej/dożywocia z osobami trzecimi, w szczególności z członkami rodziny, doradcami prawnymi, niezależnymi konsultantami, czy innymi osobami, którym Senior ufa.
3. Fundusz informuje przed zawarciem umowy o wszelkich kosztach i zobowiązaniach obciążających Seniora, związanych z podpisaniem umowy renty dożywotniej/dożywocia, oraz weryfikuje, czy Senior rozumie zawarte w projekcie umowy terminy prawnicze.
4. Fundusz dba, aby udzielone odpowiedzi na pytania Seniora były zrozumiałe, a także weryfikuje, czy Senior jest świadom konsekwencji umowy, którą zamierza zawrzeć z Funduszem.

## **Część VII**

### **Forma umowy renty dożywotniej/dożycia**

#### **§ 105**

Zawarcie umowy renty dożywotniej/dożycia w formie aktu notarialnego następuje nie wcześniej niż po upływie okresu koniecznego dla Seniora do spokojnego rozważenia najlepszej dla niego decyzji, w tym poprzez odpowiednie zapoznanie się przez niego z treścią tej umowy i możliwości skonsultowania się z rodziną lub innymi osobami, których opinii ufa.

## **Część VIII**

### **Ochrona danych osobowych Seniorów**

#### **§ 106**

1. Fundusz zapewnia pełną ochronę techniczną i prawną danych osobowych oraz wszelkich informacji, uzyskanych od Seniora na każdym etapie postępowania. Ochrona danych osobowych obejmuje również niewykorzystywanie tych informacji dla celów innych niż te, dla których zostały one udostępnione lub przekazane, nieudostępnianie ich ani nieprzekazywanie innym osobom, chyba że jest to niezbędne dla czynności, zmierzających do zawarcia umowy renty dożywotniej/dożycia.
2. Fundusz stosuje się do przepisów o ochronie danych osobowych.

#### **§ 107**

1. Ochrona danych osobowych realizowana jest przez obowiązkową rejestrację Funduszu w Ogólnokrajowym rejestrze zbiorów danych osobowych, prowadzonym przez Generalnego Inspektora Danych Osobowych.
2. Przetwarzanie danych osobowych dokonywane jest jedynie przez osoby do tego uprawnione, które są obowiązane do zachowania ich w tajemnicy, także po ustaniu zatrudnienia w Funduszu.

## **Część IX**

### **Przedstawiciel Funduszu**

#### **§ 108**

1. Przedstawicielami Funduszu mogą zostać jedynie te osoby, które dają gwarancję nieskazitelnego charakteru i są merytorycznie odpowiednio przygotowane do sprzedaży Produktów.
2. Przedstawiciel Funduszu oraz osoby działające w jego imieniu zapewniają:
  - a) wykonywanie czynności z należytą starannością i dbałością o interesy Seniorów,
  - b) godne reprezentowanie Funduszu przed Seniorami i w ich otoczeniu,
  - c) przestrzeganie w trakcie wykonywania czynności, zmierzających do zawarcia umowy renty dożywotniej/dożycia, zarówno przepisów prawa, regulujących

- sposób ich wykonywania, jak i postanowień zawartych umów oraz rzetelne nadzorowanie i sprawdzanie prawidłowości realizowanych umów z Seniorami,
- d) ochronę i nieprzekazywanie innym podmiotom, a w szczególności innym zlecniodawcom, danych osobowych Seniorów, korzystających z usług Funduszu. Zachowanie w tajemnicy wszelkich informacji, które Przedstawiciel Funduszu powziął od Funduszu lub Seniora w związku z wykonywaniem czynności, zmierzających do zawarcia umowy renty dożywotniej/dożywocia,
  - e) przestrzeganie procedur i regulaminów oraz innych zarządzeń, wytycznych i instrukcji wydanych przez Fundusz, związanych z ich działalnością,
  - f) informowanie Funduszu o wszelkich zauważonych problemach Seniorów i możliwościach ich rozwiązania,
  - g) prowadzenie wszelkich czynności w sposób zapewniający ochronę interesów Seniora, a równocześnie zgodny z obowiązującymi przepisami prawa i dobrymi obyczajami, w szczególności udostępnianie Seniorom informacji, wymaganych przez przepisy.

## **Część X**

### **Praktyki zakazane i niedozwolone**

#### **§ 109**

1. Fundusz oraz osoby działające w jego imieniu nie stosują żadnych metod i sposobów, naruszających prawo i dobre obyczaje. Zakazane są przede wszystkim:
  - a) przekazywanie lub ujawnianie informacji o Seniorze nieuprawnionym osobom trzecim,
  - b) stosowanie, używanie lub groźenie użyciem siły lub stosowanie innych metod, wykorzystujących przemoc fizyczną lub naruszających godność osobistą,
  - c) używanie wulgarnego lub nieprzyzwoitego języka lub określeń naruszających godność osobistą, a także niegrzecznego tonu rozmów w kontaktach z Seniorami,
  - d) stosowanie sposobów i metod działania, które mogą wprowadzić w błąd Seniora, bądź jakkolwiek inną osobę, która działa w imieniu lub na rzecz Seniora, albo wprowadzić niepewność co do stanu faktycznego lub prawnego. W szczególności niedozwolone jest:
    - i. przedstawianie nieprawdziwych danych, dotyczących oferowanego Produktu,
    - ii. podawanie nieprawdziwych informacji o swoim statusie, kwalifikacjach, doświadczeniu lub uprawnieniach zawodowych,
  - e) dopuszczanie do podpisania przez Seniora niewypełnionych wzorców umownych.

## **Część XI**

### **Odstąpienie od umowy przedwstępnej**

#### **§ 110**

1. Zawarcie umowy renty dożywotniej/dożywocia może poprzedzać zawarcie przez Strony umowy przedwstępnej.

2. Senior ma możliwość odstąpienia od umowy przedwstępnej, według swojego wyboru, w terminie do dnia zawarcia przez Strony umowy przyrzeczonej.
3. Senior zostanie wyraźnie pouczony o prawie do odstąpienia od umowy przedwstępnej i skutkach niezawarcia umowy przyrzeczonej.

## **Część XII** **Rozwiązanie umowy**

### § 111

1. Umowa renty dożywotniej/dożywocia może zostać rozwiązana na żądanie Seniora, pod warunkiem, że strony przewidziały możliwość rozwiązania w umowie.
2. W przypadku, o którym mowa w pkt 1, przed zawarciem umowy Senior ma możliwość zapoznania się ze szczegółowym trybem oraz warunkami rozwiązania umowy renty dożywotniej/dożywocia.

---

## **KSIĘGA VI**

### **Zasady dobrych praktyk pośrednictwa finansowego**

#### **Część I**

#### **Wartości podstawowe**

##### **§ 112**

Niezależnie od Zasad Ogólnych zawartych w Księdze I Zasad Dobrych Praktyk, pośrednicy finansowi kierują się w swojej działalności następującymi wartościami:

- 1. Odpowiedzialna komunikacja**  
Podstawą działalności pośredników finansowych jest prowadzenie odpowiedzialnej komunikacji, w szczególności w zakresie przekazów reklamowych oraz informacji na temat oferowanych produktów. Sposób komunikacji z klientami wpływa na ich decyzje, dlatego przekazywane informacje powinny być rzetelne oraz możliwie zwięzłe i sformułowane prostym językiem, tak by były przejrzyste i zrozumiałe dla klienta.
- 2. Doskonalenie wiedzy i kompetencji**  
Rynek finansowy podlega nieustannym zmianom w zakresie regulacji oraz dostępnych produktów. Ponieważ pośrednicy finansowi powinni budować trwałe i efektywne relacje z klientami, ich obowiązkiem jest nieustanne doskonalenie wiedzy i kompetencji, tak by oprócz informowania klientów o dostępnych produktach byli w stanie przedstawiać im także porady oparte na rzetelnej analizie podstawowych cech tych produktów, wraz z ich dostosowaniem do sytuacji i możliwości konkretnego klienta.
- 3. Wiedza ekspercka i bezpieczeństwo**  
Klient oczekuje przede wszystkim pomocy w doborze odpowiedniego produktu, lecz oczekuje także, że oferowane produkty nie narażą go na nadmierne ryzyko. Pośrednik finansowy nie może więc ograniczać się tylko do zaoferowania konkretnego produktu, lecz powinien kompetentnie i merytorycznie działać z dbałością o interes klienta.
- 4. Informowanie klientów**  
Klient oczekuje też pomocy w zrozumieniu skomplikowanych niejednokrotnie produktów finansowych. Pośrednik finansowy powinien więc rzetelnie i przystępnie wyjaśnić klientowi wszystkie istotne cechy produktu, zwracając uwagę na związane z nim korzyści oraz ryzyko, a także na konsekwencje wynikające z jego nabycia.
- 5. Uczciwa konkurencja**  
Podstawą relacji z uczestnikami rynku finansowego, w tym branży pośrednictwa finansowego, jest zasada uczciwej konkurencji, rozumiana jako etyczne postępo-



wanie wobec wszystkich partnerów – klientów, pracowników, konkurentów, czy dostawców. Takie postępowanie przyczynia się do budowania relacji opartych na wzajemnym poszanowaniu i zaufaniu, a w dłuższej perspektywie poprawia wizerunek branży i warunki do rozwoju rynku usług pośrednictwa finansowego.

## **Część II**

### **Definicje**

#### **§ 113**

Poniższe określenia, użyte w niniejszych zasadach, oznaczają:

- a) Pośrednik finansowy – osoba fizyczna lub prawna prowadząca działalność pośrednictwa finansowego.
- b) Partnerska instytucja finansowa – instytucja finansowa, z którą pośrednik finansowy zawarł umowę o współpracy w zakresie dystrybucji oferowanych przez tę instytucję produktów lub usług finansowych.
- c) Produkt – własny produkt lub usługa finansowa, a także produkt lub usługa finansowa partnerskiej instytucji finansowej.
- d) Klient – osoba fizyczna lub prawna, lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, której pośrednik finansowy świadczy usługę pośrednictwa, a także osoba lub jednostka organizacyjna, której pośrednik finansowy oferuje produkty z zamiarem zawarcia umowy świadczenia usługi pośrednictwa.

## **Część III**

### **Odpowiedzialne pośrednictwo finansowe**

#### **§ 114**

1. Pośrednik finansowy dba o budowanie efektywnych i trwałych relacji z klientem, działając w sposób budzący wzajemny szacunek i zaufanie.
2. Pośrednik finansowy rzetelnie informuje klienta o kosztach świadczonych przez siebie usług oraz o sposobie ich zapłaty.
3. Pośrednik finansowy nie ogranicza się tylko do oferowania klientowi produktów, lecz pomaga mu w wyborze produktów najlepiej dostosowanych do jego potrzeb i możliwości, dbając o jego interes i bezpieczeństwo.
4. Na podstawie informacji otrzymanych od klienta pośrednik finansowy przeprowadza analizę potrzeb i preferencji klienta oraz możliwości wywiązania się przez niego z zaciąganych zobowiązań, po czym przedstawia mu propozycję rozwiązania lub rozwiązań wraz z rzetelnym omówieniem, umożliwiając w ten sposób klientowi podjęcie świadomej decyzji.
5. Analizując sytuację finansową klienta pośrednik finansowy bierze pod uwagę produkty już przez niego posiadane oraz zobowiązania z nich wynikające.
6. Przekazując klientowi informacje o oferowanych produktach pośrednik finansowy dokłada starań, by informacje te były rzetelne, kompletne i zrozumiałe dla klienta, szczególnie w zakresie konstrukcji tych produktów, ich kosztu, możliwych do osią-

gnięcia korzyści oraz związanego z nimi ryzyka, a także konsekwencji wynikających z ich nabycia przez klienta.

7. Pośrednik finansowy dba o to, by przekazywane informacje nie wprowadzały klienta w błąd, w szczególności w zakresie konstrukcji, celu i sposobu działania oferowanych produktów.
8. Przy oferowaniu produktów łączonych (sprzedaż łączona) pośrednik finansowy przedstawia klientowi rzetelną charakterystykę poszczególnych produktów cząstkowych oraz sposób, w jaki są ze sobą połączone, a także informuje o rozwiązaniach alternatywnych, umożliwiając klientowi dokonanie świadomego wyboru.

## **Część IV Reklama**

### **§ 115**

1. Formułując komunikaty reklamowe i marketingowe pośrednik finansowy dba o to, by przedstawiane w nich informacje były rzetelne i nie wprowadzały w błąd.
2. Komunikaty reklamowe i marketingowe dotyczące produktów partnerskich instytucji finansowych powinny być formułowane w uzgodnieniu z tymi instytucjami, tak by przedstawiane w nich informacje były spójne z informacjami przedstawianymi w tym zakresie przez partnerskie instytucje finansowe.
3. Reklama oferowanych usług powinna być oparta na prawdziwych i kompletnych danych oraz zobowiązaniach, jakie mogą powstać w wyniku skorzystania z oferowanego produktu, możliwych do zweryfikowania przez odbiorcę.
4. Przekaz reklamowy i marketingowy powinien być formułowany w sposób jasny i zrozumiały dla potencjalnego klienta, a informacje o kosztach i ryzyku powinny być przedstawiane w sposób tak samo czytelny, jak informacje o możliwych do osiągnięcia korzyściach.

## **Część V Informowanie klientów**

### **§ 116**

1. Pośrednik finansowy przedstawia klientowi oferowane produkty w sposób dostosowany do jego poziomu znajomości rynku finansowego, tak by klient był w stanie podejmować w pełni świadome i odpowiedzialne decyzje.
2. Pośrednik finansowy dba o to, by klient miał pełną świadomość nie tylko korzyści, lecz także ryzyka związanego z nabywaniem produktów finansowych, szczególnie konsekwencji, jakie mogą powstać w wyniku wypadków losowych, utrudniających realizację zaciągniętych zobowiązań.
3. Pośrednik finansowy dba także o to, by klient zdawał sobie sprawę z konsekwencji prawnych podawania świadomie niepełnych lub wprost nieprawdziwych informacji, w tym co najmniej tych konsekwencji, które skutkują brakiem możliwości skorzystania przez klienta z przewidzianych prawem uprawnień.

4. Pośrednik finansowy zwraca szczególną uwagę, by klient otrzymał wymagane prawem wzorce umów, a także rozumiał przedstawiane mu wzorce umów oraz stosowane w nich mechanizmy i ich konsekwencje.

## **Część VI Doskonalenie zawodowe**

### **§ 117**

1. Pośrednicy finansowi dbają o systematyczne aktualizowanie i uzupełnianie ogólnej wiedzy w zakresie rynku finansowego oraz szczegółowej wiedzy w zakresie swojej specjalności i oferowanych produktów.
2. Pośrednicy finansowi są odpowiedzialni za to, by ich pracownicy oraz osoby ich reprezentujące posiadały odpowiedni poziom wiedzy i kompetencji oraz systematycznie go uaktualniały.
3. Pośrednicy finansowi dbają o to, by ich pracownicy, przed podjęciem samodzielnej pracy z klientami, odbyli odpowiednie szkolenie.

## **Część VII Uczciwa współpraca i etyczna konkurencja**

### **§ 118**

1. Pośrednicy finansowi współdziałają ze sobą w budowaniu reputacji i rozwoju branży, w której działają, w szczególności współpracując przy stanowieniu i przestrzeganiu norm etycznych i biznesowych.
2. Pośrednicy finansowi komunikują się ze sobą w sposób przejrzysty, otwarty i rzetelny, dbając przy tym o zachowanie tajemnicy określonej przepisami prawa, zasadami branżowymi i regulacjami wewnętrznymi.
3. Pośrednicy finansowi współpracują przy podnoszeniu ogólnego poziomu wiedzy i kompetencji.
4. Pośrednicy finansowi konkurują ze sobą oraz z innymi instytucjami finansowymi wyłącznie jakością usług świadczonych przez siebie, unikając przy tym krytykowania usług świadczonych przez ich konkurentów, chyba że ma to charakter konstruktywnej krytyki i jest podyktowane wyłącznie dobrem klienta oraz ochroną klienta przed popadnięciem w nieświadomione wcześniej ryzyko, lub ma na celu zapewnienie realizacji Zasad Dobrych Praktyk, w poczuciu odpowiedzialności za budowanie zaufania do rynku usług finansowych. W każdym przypadku cel takiej konstruktywnej krytyki powinien być oczywisty i możliwy do potwierdzenia wobec klienta oraz innych uczestników rynku.

### § 119

Pośrednicy finansowi nie stosują czynów nieuczciwej konkurencji. W szczególności zakazane są następujące działania:

- a) Rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji o konkurentach lub w inny sposób ich dyskredytujących.
- b) Podszycanie się pod pracowników lub klientów firm konkurencyjnych.
- c) Szpiegostwo przemysłowe.
- d) Stosowanie praktyk korupcyjnych.
- e) Ograniczanie konkurencji poprzez zmywy cenowe lub ustalanie podziału rynku.

## **Część VIII**

### **Współpraca pośredników z instytucjami finansowymi**

#### § 120

1. Pośrednik finansowy prowadzi konstruktywną współpracę z partnerskimi instytucjami finansowymi, z poszanowaniem praw i obowiązków stron oraz z uwzględnieniem interesu partnerów w zakresie realizacji zawartych umów.
2. Pośrednik finansowy współpracuje z partnerskimi instytucjami finansowymi w tworzeniu rozwiązań i konstruowaniu produktów, które jak najlepiej odpowiadają zmieniającym się potrzebom i oczekiwaniom klientów.
3. W przypadku współpracy z kilkoma partnerskimi instytucjami finansowymi pośrednik finansowy zwraca szczególną uwagę na to, by współpraca ta nie powodowała powstawania konfliktu interesów, a jeżeli taki konflikt powstał, dokłada wszelkich starań dla jego konstruktywnego rozwiązania.
4. Pośrednik finansowy współpracuje z partnerskimi instytucjami finansowymi przy podnoszeniu poziomu wiedzy i kompetencji swoich pracowników i przedstawicieli, zwracając szczególną uwagę na eliminowanie zjawisk niekorzystnych, obniżających poziom zaufania do instytucji finansowych.
5. W przypadku powstania sporu z partnerską instytucją finansową pośrednik finansowy dąży do jego szybkiego, polubownego rozwiązania.

#### § 121

1. Jeżeli pośrednik finansowy współpracuje z kilkoma partnerskimi instytucjami finansowymi, dba o to, by swoim klientom prezentować szeroki wachlarz produktów, nie preferując w sposób nieuzasadniony jednego lub kilku wybranych dostawców tych produktów.
2. Pośrednik finansowy rzetelnie informuje klienta o tym, z jakimi partnerskimi instytucjami finansowymi współpracuje, a także o wszelkich dodatkowych opłatach pobieranych z tego tytułu od klienta.
3. Pośrednik finansowy rzetelnie i w sposób przejrzysty informuje klienta o tym, od której partnerskiej instytucji finansowej pochodzi dany produkt, zwracając szczególną uwagę, by przy oferowaniu produktów łączonych wyraźnie przedstawić informacje o dostawcach poszczególnych produktów cząstkowych.

4. Pośrednik finansowy dba o to, by wnioski kredytowe i ubezpieczeniowe oraz inne dokumenty przekazywane do partnerskiej instytucji finansowej zawierały informacje rzetelne i zgodne ze stanem faktycznym.
5. Pośrednik finansowy terminowo i rzetelnie informuje klienta o sposobie realizacji wniosku klienta przekazywanego do partnerskiej instytucji finansowej, a także o ostatecznej decyzji dotyczącej tego wniosku.

#### § 121a

W zakresie współpracy pośredników z instytucjami finansowymi stosuje się odpowiednie przepisy Księgi IIa ZDP.

(przepis dodany z mocą obowiązującą od dnia 1 września 2020 r.)

## **Część IX** **Reklamacje klientów**

#### § 122

1. Pośrednik finansowy jasno i rzetelnie informuje klientów o możliwości i sposobie składania reklamacji.
2. Pośrednik finansowy szybko i rzetelnie rozpatruje reklamacje klientów, nie później niż w terminie 30 dni od dnia ich otrzymania.
3. W przypadku, gdy rozpatrzenie reklamacji jest niemożliwe w terminie 30 dni, pośrednik finansowy zawiadamia klienta w formie pisemnej o przyczynach opóźnienia i nowym terminie rozpatrzenia reklamacji, który nie może jednak przekroczyć 60 dni.
4. W przypadku, gdy reklamacja odnosi się częściowo lub w całości do partnerskiej instytucji finansowej, pośrednik finansowy przekazuje ją do tej instytucji i współpracuje z nią przy rozpatrywaniu reklamacji. Pośrednik finansowy niezwłocznie informuje klienta o przekazaniu reklamacji, tak by klient miał świadomość, kto ją rozpatruje, a także by mógł – w miarę potrzeby – dostarczyć tej instytucji dodatkowe informacje przydatne do rozpatrzenia reklamacji.

## KSIĘGA VII

# Zasady dobrych praktyk prowadzenia internetowych giełd wierzytelności

### Część I Definicje

#### § 123

1. Poniższe określenia użyte w niniejszych zasadach oznaczają:
  - a) internetowa giełda wierzytelności – ogłoszeniowy serwis internetowy, w którym użytkownicy samodzielnie wystawiają oferty sprzedaży wierzytelności pieniężnych dostępne dla nieograniczonego kręgu odbiorców, działający w celu umożliwienia dokonania transakcji sprzedaży wierzytelności, nieprowadzący działalności zastrzeżonej dla biur informacji gospodarczej;  
*(w brzmieniu obowiązującym od dnia 1 lipca 2019 r.)*
  - b) oferta sprzedaży wierzytelności – ogłoszenie zamieszczone na internetowej giełdzie wierzytelności, które jest zaproszeniem do zawarcia umowy sprzedaży wierzytelności, niestanowiącym oferty w rozumieniu art. 66 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz.U. z 2017 r., poz. 459, z późn. zm.);
  - c) ukrycie oferty sprzedaży wierzytelności – czasowe wyłączenie widoczności oferty sprzedaży wierzytelności na internetowej giełdzie wierzytelności;
  - d) usunięcie oferty sprzedaży wierzytelności – trwałe usunięcie oferty sprzedaży wierzytelności z internetowej giełdy wierzytelności;
  - e) użytkownik – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, która zarejestrowała swoje konto na internetowej giełdzie wierzytelności;
  - f) dłużnik – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, zobowiązana do spełnienia świadczenia pieniężnego na rzecz wierzyciela na podstawie łączącego ich stosunku prawnego;
  - g) wierzyciel – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, uprawniona do otrzymania świadczenia pieniężnego od dłużnika;
  - h) wierzytelność – udokumentowana wiarygodnym środkiem dowodowym, w szczególności umową zawartą w formie pisemnej, dokumentowej albo elektronicznej, prawomocnym orzeczeniem sądu, fakturą lub wekslem, wymagalna należność pieniężna przysługująca wierzycielowi;
  - i) konsument – osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.
  - j) sprzeciw – zgłoszenie przez dłużnika sprzeciwu, zastrzeżenia lub protestu, lub inne tego rodzaju zgłoszenie, w odniesieniu do dotyczącej tego dłużnika oferty sprzedaży wierzytelności widocznej na internetowej giełdzie wierzytelności,

niestanowiące „sprzeciwu” w rozumieniu przepisów o działalności biur informacji gospodarczej.

*(§ 123 ust. 1 lit. j dodany z mocą obowiązującą od dnia 1 lipca 2019 r.)*

2. Postanowienia niniejszej księgi stosuje się odpowiednio do przedsiębiorstw finansowych, które prowadzą internetową giełdę wierzycelności w odniesieniu do wierzycelności własnych.

## **Część II**

### **Podstawowe zasady działania**

#### **§ 124**

Internet jest dobrem wspólnym, a zatem jego wykorzystanie do prowadzenia internetowej giełdy wierzycelności nie powinno podlegać żadnym ograniczeniom, poza ograniczeniami wynikającymi z przepisów prawa lub z niniejszych zasad.

#### **§ 125**

1. Internetowa giełda wierzycelności jest zorganizowana w formie tablicy ogłoszeń widocznej dla nieograniczonego kręgu odbiorców.
2. Podmiot prowadzący internetową giełdę wierzycelności zamieszcza w widocznym miejscu na tablicy ogłoszeń swoją nazwę, adres, dane rejestrowe oraz dane kontaktowe.

#### **§ 126**

W przypadku gdy podmiot prowadzący internetową giełdę wierzycelności przedstawia informacje na temat liczby odsłon strony internetowej, informacje te są publikowane na podstawie certyfikowanego źródła, w szczególności Google Analytics.

#### **§ 127**

Każdy, kto zamierza zostać użytkownikiem internetowej giełdy wierzycelności, ma przed rejestracją swojego konta możliwość zapoznania się z jej regulaminem, a w przypadku gdy internetowa giełda wierzycelności świadczy usługi na rzecz konsumentów – także z cennikiem stosowanym wobec konsumentów.

#### **§ 128**

Proces rejestracji i logowania pozwalający na dostęp do internetowej giełdy wierzycelności jest zorganizowany w prosty i czytelny sposób.

#### **§ 129**

1. Login dostępu do internetowej giełdy wierzycelności jest przypisany do konkretnej osoby fizycznej. W przypadku gdy do danego konta użytkownika ma dostęp więcej niż jedna osoba fizyczna, każda z nich korzysta wyłącznie z przypisanego do niej loginu.
2. Możliwość wystawiania, edytowania, ukrywania i usuwania ofert sprzedaży wierzycelności mają wyłącznie prawidłowo zalogowani użytkownicy, działający w imieniu własnym (wierzycelność własna) lub w imieniu wierzyciela, z zastrzeżeniem § 136 ust. 1 oraz § 138 ust. 3.

### § 130

Internetowa giełda wierzytelności jest prowadzona z poszanowaniem praw dłużnika, a podmiot ją prowadzący zamieszcza na stronie internetowej giełdy ogólnodostępną i widoczną informację o podstawowych prawach przysługujących dłużnikowi, w szczególności o prawie do złożenia sprzeciwu i o prawie do dostępu i kontroli treści swoich danych osobowych oraz ich poprawiania zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych.

## Część III

### Odpowiedzialność za prawdziwość, rzetelność i prawidłowość danych zamieszczanych na internetowej giełdzie wierzytelności

### § 131

Na internetowej giełdzie wierzytelności użytkownicy mogą wystawiać na sprzedaż wyłącznie wierzytelności odpowiadające definicji zawartej w § 123 ust. 1 pkt h niniejszych zasad.

### § 132

Podmiot prowadzący internetową giełdę wierzytelności informuje, że użytkownik ponosi wyłączną odpowiedzialność za umieszczenie, modyfikację lub usunięcie przez siebie wszelkich danych na internetowej giełdzie wierzytelności.

### § 133

1. Podmiot prowadzący internetową giełdę wierzytelności uzyskuje od użytkownika potwierdzenie przyjęcia do wiadomości obowiązku powiadomienia dłużnika o wystawieniu oferty sprzedaży wierzytelności przysługującej temu użytkownikowi od tego dłużnika.
2. Jeżeli regulamin internetowej giełdy wierzytelności dopuszcza taką możliwość, podmiot prowadzący tę giełdę może, na zlecenie użytkownika, realizować wskazany wyżej obowiązek powiadomienia dłużnika.

*(w brzmieniu obowiązującym od dnia 1 lipca 2019 r.)*

## Część IV

### Ochrona danych osobowych

### § 134

Podmiot prowadzący internetową giełdę wierzytelności zapewnia:

1. Stosowanie aktualizowanych na bieżąco szczegółowych procedur w celu zachowania najwyższych standardów zgodności swojej działalności z aktualnie obowiązującymi przepisami o ochronie danych osobowych.
2. Zachowanie tajemnicy oraz pełną ochronę danych osobowych dłużników, użytkowników oraz osób fizycznych działających w imieniu użytkowników. W szczególności zapewnia niewykorzystywanie tych danych dla celów innych niż te, dla których zostały one udostępnione, a także nieudostępnianie tych danych stronom trzecim,



- chyba że odpowiednio ten dłużnik, ten użytkownik lub ta osoba fizyczna wyraziła na to zgodę, lub jest to wymagane na podstawie obowiązujących przepisów prawa.
3. Pełną ochronę techniczną i prawną wszelkich informacji uzyskanych od użytkowników, osób fizycznych działających w imieniu użytkowników, wierzycieli i dłużników, w związku ze świadczonymi usługami.
  4. Stosowanie przepisów o ochronie danych osobowych przez wszystkich swoich pracowników, współpracowników, zleceniobiorców oraz inne osoby i podmioty mogące mieć dostęp do danych osobowych przetwarzanych w ramach jej działalności. Obowiązek zachowania tych danych w tajemnicy istnieje również po zakończeniu zatrudnienia lub współpracy.

## **Część V**

### **Ochrona dłużnika oraz sprzeciw**

#### **§ 135**

Dłużnik ma możliwość kontaktu z podmiotem prowadzącym internetową giełdę wierzytelności bez konieczności rejestracji swojego konta.

#### **§ 136**

1. Dłużnik ma prawo, w dowolnym momencie, do złożenia sprzeciwu, w formie pisemnej lub elektronicznej, bez ponoszenia kosztów na rzecz podmiotu prowadzącego internetową giełdę wierzytelności, w odniesieniu do dotyczącej go oferty sprzedaży wierzytelności, widocznej na internetowej giełdzie wierzytelności. Złożenie sprzeciwu skutkuje niezwłocznym ukryciem oferty.
2. W sprzeciwie dłużnik może żądać uaktualnienia lub usunięcia oferty sprzedaży wierzytelności.
3. Regulamin internetowej giełdy wierzytelności może określić, że sprzeciw wniesiony w formie elektronicznej powinien być opatrzony kwalifikowanym podpisem elektronicznym dłużnika. Nie dotyczy to przypadku, gdy sprzeciw jest wnoszony przez dłużnika będącego użytkownikiem, przy wykorzystaniu jego konta użytkownika.  
*(§ 136 ust. 3 skreślony z mocą obowiązującą od dnia 1 lipca 2019 r.)*

#### **§ 137**

Po otrzymaniu sprzeciwu dłużnika podmiot prowadzący internetową giełdę wierzytelności powiadamia o tym użytkownika, który wystawił ofertę sprzedaży wierzytelności, przekazując mu kopię sprzeciwu dłużnika oraz wzywając go do ustosunkowania się do sprzeciwu w terminie nie dłuższym niż 21 dni od dnia otrzymania wezwania.

#### **§ 138**

1. W przypadku uznania sprzeciwu za zasadny użytkownik, stosownie do żądania dłużnika, dokona uaktualnienia lub usunięcia oferty sprzedaży wierzytelności zgodnie ze sprzeciwem dłużnika. W przypadku uaktualnienia oferty sprzedaży wierzytelności zostanie ona ponownie ujawniona.

2. Oferta może zostać ponownie ujawniona także w przypadku, gdy w wyznaczonym terminie użytkownik potwierdzi prawidłowość zamieszczonych w niej informacji, informując podmiot prowadzący internetową giełdę wierzycelności o uznaniu sprzeciwu dłużnika za niezasadny.
3. Jeżeli użytkownik nie zastosuje się w wyznaczonym terminie do wezwania, o którym mowa w § 137, oferta sprzedaży wierzycelności pozostaje ukryta i może zostać usunięta przez podmiot prowadzący internetową giełdę wierzycelności.

## **Część VI**

### **Reklamacje użytkowników**

#### **§ 139**

1. Podmiot prowadzący internetową giełdę wierzycelności przyjmuje i rozpatruje reklamacje użytkowników odnoszące się do sposobu świadczenia usług na ich rzecz.
2. W przypadku, gdy reklamacja zawiera braki uniemożliwiające jej rozpatrzenie, podmiot prowadzący internetową giełdę wierzycelności zawiadamia użytkownika o brakach, wskazując ich rodzaj oraz sposób uzupełnienia.

#### **§ 140**

1. Podmiot prowadzący internetową giełdę wierzycelności szybko i rzetelnie rozpatruje reklamacje użytkowników, nie później niż w terminie 30 dni od dnia ich otrzymania.
2. W przypadku, gdy rozpatrzenie reklamacji jest niemożliwe w terminie 30 dni, podmiot prowadzący internetową giełdę wierzycelności zawiadamia użytkownika w formie pisemnej lub elektronicznej o przyczynach opóźnienia i nowym terminie rozpatrzenia reklamacji, który nie może jednak przekroczyć 60 dni od dnia otrzymania reklamacji.
3. W przypadku, o którym mowa w ust. 2, forma elektroniczna jest stosowana, gdy użytkownik złożył reklamację lub zażądał odpowiedzi w takiej formie. Forma elektroniczna może być zastosowana także wtedy, gdy użytkownik złożył reklamację w innej formie, lecz wyraził zgodę na udzielenie odpowiedzi w formie elektronicznej.

#### **§ 141**

Podmiot prowadzący internetową giełdę wierzycelności, analizując zgłaszane reklamacje, rozpoznaje przyczyny ich powstania i podejmuje działania mające na celu usunięcie lub ograniczenie tych przyczyn oraz podniesienie jakości świadczonych usług.

## **Część VII**

### **Szczególne zasady dotyczące dłużników będących konsumentami**

#### **§ 142**

W przypadku zamieszczenia na internetowej giełdzie wierzycelności oferty sprzedaży wierzycelności przysługującej wierzycielowi od konsumenta, podmiot prowadzący tę giełdę ujawnia adres takiego dłużnika tylko w zakresie miejscowości i nazwy ulicy, bez

podania numeru domu i mieszkania, chyba że organ uprawniony na podstawie przepisów prawa zobowiąże podmiot prowadzący tę giełdę do ujawnienia pełnego adresu dłużnika.

#### § 143

1. Użytkownik wystawiający ofertę sprzedaży wierzytelności dotyczącej dłużnika będącego konsumentem podaje podmiotowi prowadzącemu internetową giełdę wierzytelności numer identyfikacyjny PESEL, który jednoznacznie identyfikuje tego dłużnika. Numer PESEL nie podlega jednak ujawnieniu na internetowej giełdzie wierzytelności.
2. PESEL dłużnika może być ujawniony wyłącznie użytkownikowi zainteresowanemu kupnem wierzytelności, przez użytkownika wystawiającego daną ofertę sprzedaży wierzytelności, w drodze bezpośredniego kontaktu lub – wyłącznie w przypadku, w którym użytkownik wystawiający daną ofertę sprzedaży wierzytelności wyraził na to uprzednią zgodę – za pośrednictwem internetowej giełdy wierzytelności.
3. Zakazane jest przeszukiwanie zbioru ofert sprzedaży wierzytelności pieniężnych wystawionych na sprzedaż na internetowej giełdzie wierzytelności z wykorzystaniem numeru PESEL w celu innym niż zakup wierzytelności jak również, w przypadku przeszukiwania w celu zakupu wierzytelności, na zasadzie połączenia „server to server”.
4. Internetowa giełda wierzytelności jest zobowiązana wdrożyć i stosować rozwiązania techniczne i organizacyjne zapewniające przestrzeganie zakazu, o którym mowa w § 143 ust. 3.
5. Internetowa giełda wierzytelności informuje o wdrożonych i stosowanych rozwiązaniach, o których mowa w ust. 4, poprzez zamieszczenie stosownych informacji w swoim regulaminie.

*(ust. od 3 do 5 dodane z mocą obowiązującą od dnia 1 lipca 2019 r.)*

#### § 144

Dłużnik będący konsumentem może zapoznać się z informacją o użytkowniku, który zamieścił na internetowej giełdzie wierzytelności ofertę sprzedaży wierzytelności przysługującej od tego dłużnika, bez konieczności rejestracji swojego konta.

### **Część VIII Praktyki zakazane i niedozwolone**

#### § 145

Podmiot prowadzący internetową giełdę wierzytelności przy wykonywaniu usług nie stosuje metod i sposobów naruszających prawo lub dobre obyczaje. W szczególności zakazane są następujące działania:

1. Podejmowanie działań mogących wprowadzić w błąd co do statusu prawnego lub przedmiotu działalności internetowej giełdy wierzytelności, lub co do skutków udostępniania na internetowej giełdzie wierzytelności informacji dotyczących wierzytelności; w szczególności sugerowanie, że internetowa giełda wierzytelności ma charakter publicznoprawny, lub że jest rejestrem dłużników, rejestrem długów, reje-

strem nierzetelnych płatników, czarną listą, lub innym tego rodzaju rejestrem, lub stanowi działalność regulowaną w rozumieniu właściwych przepisów.

*(w brzmieniu obowiązującym od dnia 1 lipca 2019 r.)*

- 1a. Powoływanie się na przepisy ustawy z dnia 9 kwietnia 2010 r. o udostępnianiu informacji gospodarczych i wymianie danych gospodarczych (t.j. Dz.U. 2014, poz. 1015, z późn. zm.), w szczególności wskazywanie tych przepisów jako podstawy prawnej wykonywanej działalności, przy czym nie jest zakazane informowanie, że przepisy tej ustawy nie mają zastosowania do działalności internetowej giełdy wierzytelności.  
*(§145 ust. 1a dodany z mocą obowiązującą od dnia 1 lipca 2019 r.)*
2. Niemające pokrycia w rzeczywistych danych sugerowanie:
  - a) wielkości ruchu na stronie internetowej giełdy wierzytelności,
  - b) liczby ofert sprzedaży wierzytelności,
  - c) liczby lub wartości wierzytelności, które zostały sprzedane za pośrednictwem internetowej giełdy wierzytelności,
  - d) liczby lub wartości wierzytelności, które zostały spłacone wierzycielowi w związku z zamieszczeniem oferty sprzedaży wierzytelności na internetowej giełdzie wierzytelności,
  - e) liczby lub wartości wierzytelności, których sprzedaż lub spłata jest w trakcie negocjacji.
3. Używanie w kontaktach z dłużnikami siły, gróźb karalnych lub podejmowanie jakichkolwiek prób zastraszania lub wprowadzania w błąd, w szczególności przez udzielanie nieprawdziwych informacji, a także stosowanie innych metod działania naruszających godność osobistą dłużnika.
4. Wywieranie nacisku na dłużnika, w szczególności przez:
  - a) udzielanie nieprawdziwych informacji, że oferta sprzedaży wierzytelności jest już zlecona do wystawienia i zostanie ujawniona, jeżeli dłużnik nie podejmie stosownych działań, lub że dłużnik zostanie „sprzedany” lub straci wiarygodność;
  - b) uporczywe powiadamianie dłużnika o już wystawionej ofercie sprzedaży wierzytelności.
5. Nieuzasadnione odmówienie dłużnikowi możliwości złożenia sprzeciwu dotyczącego wystawionej oferty sprzedaży wierzytelności.
6. Ukrywanie lub usuwanie ofert sprzedaży wierzytelności bez uprzedniego otrzymania prawidłowego sprzeciwu dłużnika lub bez prawidłowego powiadomienia użytkownika, który wystawił daną ofertę.
7. Używanie w kontaktach z dłużnikami lub użytkownikami wulgarnego lub nieprzyzwoitego języka, lub określeń naruszających godność osobistą, lub niegrzecznego tonu rozmów.
8. Wyrażanie w kontaktach z dłużnikami lub innymi osobami sugestii, że dłużnik jest przestępcą.
9. Ujawnianie lub przekazywanie nieuprawnionym stronom trzecim informacji o użytkowniku, osobie fizycznej działającej w imieniu użytkownika, wierzycielu lub dłużniku, lub o przebiegu procesu sprzedaży wierzytelności.
10. Pobieranie od użytkowników innych opłat lub w innej wysokości niż określone w regulaminie, cenniku lub umowie.

11. Prowadzenie jakichkolwiek rozmów dotyczących spłaty wierzytelności objętych ofertą sprzedaży wierzytelności lub przyjmowanie jakichkolwiek środków finansowych na poczet spłaty takiej wierzytelności, z wyjątkiem wierzytelności własnych podmiotu zarządzającego internetową giełdą wierzytelności, wystawionych na sprzedaż przez ten podmiot na tej giełdzie.

*(§ 145 ust. 11 skreślony z mocą obowiązującą od dnia 1 lipca 2019 r.)*

Budujemy kapitał społeczny  
na rynku finansowym