

ZASADY DOBRYCH PRAKTYK

PRZEDSIĘBIORSTW ZRZESZONYCH
W
KONFERENCJI PRZEDSIĘBIORSTW FINASOWYCH
W POLSCE



Gdańsk, czerwiec 2008 rok

Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych – Związek Pracodawców powstała 27 października 1999 roku i obecnie skupia kilkadziesiąt kluczowych przedsiębiorstw z rynku Consumer Finance w Polsce (banki, doradcy i pośrednicy finansowi, przedsiębiorstwa pożyczkowe, przedsiębiorstwa zarządzania informacją gospodarczą i zarządzające wierzytelnościami oraz przedsiębiorstwa z branży ubezpieczeniowej). Przedsiębiorstwa zrzeszone w Konferencji postanowiły reprezentować własne interesy w formule związku pracodawców, który ma prawo opiniować założenia i projekty aktów prawnych jako partner społeczny w procesie legislacyjnym. Powyższe uprawnienia honorowane są przez organy władzy i administracji państwowej. Członek Rady Rozwoju Rynku Finansowego, Rady Konsultacyjnej sektora bankowego przy Przewodniczącym Komisji Nadzoru Finansowego.

Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce jako pierwsza organizacja pracodawców spośród nowych krajów członkowskich Unii Europejskiej podjęła decyzję o przystąpieniu do EUROFINAS - federacji związków przedsiębiorstw finansowych (European Federation of Finance House Associations), zrzeszającą piętnaście organizacji z krajów europejskich, reprezentujących ponad 1200 podmiotów finansowych.

SPIS TREŚCI:

MISJA	5
-------------	---

KSIĘGA PIERWSZA. ZASADY OGÓLNE.....	6
--	----------

CZĘŚĆ I	6
POSTANOWIENIA OGÓLNE	6
CZĘŚĆ II	7
PODSTAWOWE WARTOŚCI I IDEAŁY ETYCZNE.....	7
CZĘŚĆ III	8
POSTĘPOWANIE WOBEC SPOŁECZNOŚCI I ŚRODOWISKA.....	8
<i>Odpowiedzialność społeczna (CSR)</i>	8
CZĘŚĆ IV.....	8
ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA NARUSZENIE POSTANOWIEŃ ZASAD	8
CZĘŚĆ V.....	9
AUDYT WEWNĘTRZNY	9
CZĘŚĆ VI.....	9
WSPÓLNY ZNAK TOWAROWY KPF.....	9

KSIĘGA DRUGA.ZASADY DOBRZYCH PRAKTYK SPRZEDAŻY PRODUKTÓW KREDYTOWYCH	10
--	-----------

CZĘŚĆ I	10
DEFINICJE.....	10
CZĘŚĆ II	11
ODPOWIEDZIALNE POŻYCZANIE	11
<i>1. Czynności przy sprzedaży produktów kredytowych</i>	<i>11</i>
<i>2. Reklama produktów kredytowych</i>	<i>12</i>
<i>3. Niewykonanie umowy przez klienta</i>	<i>12</i>
<i>4. Reklamacje klientów</i>	<i>12</i>
CZĘŚĆ III	13
OCHRONA INFORMACJI I OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH	13
CZĘŚĆ IV.....	14
POŚREDNIK KREDYTOWY	14
CZĘŚĆ V.....	15
ZLECENIODAWCA	15
CZĘŚĆ VI.....	15
NIEDOZWOLONE PRAKTYKI	15

KSIĘGA TRZECIA. ZASADY DOBRZYCH PRAKTYK WINDYKACYJNYCH..... 17

CZĘŚĆ I	17
DEFINICJE.....	17
CZĘŚĆ II	17
ZASADY KOMUNIKOWANIA SIĘ Z DŁUŻNIKIEM	17
1. <i>Korespondencja</i>	18
2. <i>Rozmowy telefoniczne</i>	18
3. <i>Windykacja terenowa</i>	19
CZĘŚĆ III.....	20
REKLAMACJE DŁUŻNIKÓW.....	20
CZĘŚĆ IV.....	20
OCHRONA INFORMACJI ORAZ OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH	20
CZĘŚĆ V.....	21
PRAKTYKI ZAKAZANE I NIEDOZWOLONE	21

KSIĘGA CZWARTA. ZASADY DOBRZYCH PRAKTYK W BIURACH INFORMACJI GOSPODARCZEJ. . 22

CZĘŚĆ I	22
DEFINICJE.....	22
CZĘŚĆ II	23
PODSTAWOWE ZASADY DZIAŁANIA BIURA INFORMACJI GOSPODARCZEJ DOTYCZĄCE KONSUMENTA.....	23
<i>Preambuła</i>	23
1. <i>Warunki przekazywania informacji gospodarczych o zobowiązaniach Konsumenta</i>	23
2. <i>Zakres przekazywanych danych dotyczących Konsumenta</i>	24
3. <i>Budowanie pozytywnej historii płatniczej Konsumenta</i>	24
4. <i>Ujawnianie informacji gospodarczych o zobowiązaniach Konsumenta przez Biuro</i>	24
5. <i>Prawo wglądu Konsumenta do dotyczących go informacji gospodarczych oraz do rejestru zapytań</i>	25
CZĘŚĆ III	25
ZASADY KOMUNIKOWANIA SIĘ Z DŁUŻNIKIEM	25
1. <i>Zasady ogólne</i>	25
2. <i>Zasady komunikowania się z Konsumentem będącym Dłużnikiem</i>	26
CZĘŚĆ IV.....	26
KOESPONDENCJA	26
CZĘŚĆ V	27
OCHRONA ORAZ ZASADY PRZECHOWYWANIA INFORMACJI GOSPODARCZYCH, W TYM DANYCH OSOBOWYCH	27
CZĘŚĆ VI	27
PRAKTYKI ZAKAZANE I NIEDOZWOLONE	27

MISJA

Misją Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce - Związku Pracodawców jest wyznaczanie w działalności gospodarczej wysokich standardów postępowania we wszystkich relacjach z klientami i kontrahentami oraz nadzorowanie stosowania się do nich przez przedsiębiorstwa finansowe, dla tworzenia i potwierdzania opinii, uznających te przedsiębiorstwa za instytucje zaufania publicznego.

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



Księga pierwsza. 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 Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce - Związku Pracodawców (zwanej dalej KPF).

§ 2

1. Członkowie KPF (zwani dalej przedsiębiorstwami finansowymi), przy wykonywaniu czynności zawodowych zobowiązują się przestrzegać obowiązujących przepisów prawa, postanowień niniejszych Zasad Dobrych Praktyk, zwanych dalej „Zasadami”, oraz zasad współzycia 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 KPF oraz zobowiązane są stosować się do uchwał 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 KPF i dobrymi obyczajami kupieckimi.

§ 4

Przedsiębiorstwa finansowe, w ramach prowadzonej działalności, używają nazwę, symbole i skrót KPF, w szczególności w pismach kierowanych do klientów, materiałach reklamowych - według standardów i na zasadach ustalonych w uchwałach Komitetu Konferencji KPF.

§ 5

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

§ 6

Przedsiębiorstwa finansowe zobowiązują się zapewnić znajomość przez ich pracowników postanowień zawartych w niniejszych Zasadach oraz do ich przestrzegania w toku wykonywania swoich obowiązków pracowniczych, poza godzinami pracy, a także po zakończeniu pracy w przedsiębiorstwie.

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 należyta 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 tajemnice zawodowa i tajemnice handlowa, 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 udostępnia 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.

Odpowiedzialność społeczna (CSR)

§ 9

Przedsiębiorstwo zaspakaja 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 lokalnej społeczności oraz środowisku naturalnym.

Część IV

Odpowiedzialność za naruszenie postanowień Zasad

§ 11

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

§ 12

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

§ 13

Komisja Etyki niezwłocznie podejmuje 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 z jednoczesnym zobowiązaniem do usunięcia zaistniałych nieprawidłowości i przyczyn powstania takich naruszeń. Może także odebrać przedsiębiorstwu finansowemu prawo używania wspólnego znaku towarowego KPF.

§ 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 Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce w trybie § 15 ust. 2 Statutu.

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 KPF

§ 18

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

§ 19

Zasady posługiwania się Znakiem określa Regulamin Znak, ustanawiany uchwałą przez Komitet KPF.



Księga druga. Zasady Dobrych Praktyk Sprzedaży Produktów Kredytowych

Część I Definicje

§ 20

Poniższe określenia użyte w Zasadach oznaczają:

- a) „*klient*” - osoba fizyczna dokonująca lub zamierzająca dokonać czynności prawnej, niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową z przedsiębiorstwem finansowym.
- b) „*przedsiębiorstwo finansowe*” - bank lub inny przedsiębiorca oferujący produkty kredytowe,
- c) „*produkty kredytowe*” - produkty finansowe, skierowane do klientów z rynku finansów konsumenckich, w tym kredyty i pożyczki konsumpcyjne, kredyty samochodowe, kredyty i pożyczki hipoteczne, sprzedawane bezpośrednio w siedzibie przedsiębiorstwa finansowego lub w sprzedaży bezpośredniej, czy też za pośrednictwem upoważnionych do tego pośredników kredytowych.
- d) „*umowa sprzedaży*” - umowa, na podstawie której przedsiębiorstwo finansowe, sprzedaje produkty kredytowe.
- e) „*pośrednik kredytowy*” - przedsiębiorca będący osobą fizyczną, osobą prawną lub jednostką organizacyjną, nie będącą osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, prowadzący działalność w zakresie sprzedaży produktów kredytowych oraz innych usług związanych z ich sprzedażą w imieniu i/lub na rzecz zleciodawców.
- f) „*zleciodawca*” - 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.
- h) „*prawo regulujące pośrednictwo kredytowe*” - wszelkie obowiązujące przepisy prawa mające zastosowanie do oferowania i sprzedaży produktów kredytowych, a w szczególności: Ustawa o kredycie konsumenckim, Ustawa o udostępnianiu informacji gospodarczych, Ustawa Prawo bankowe, Ustawa Kodeks cywilny, Ustawa o ochronie danych osobowych.

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

Przed zawarciem umowy, przedsiębiorstwo finansowe wymaga dostarczenia przez klienta dokumentów potwierdzających jego zdolność do spłaty zobowiązań, wynikających z zakupu produktu kredytowego na kwotę przez niego wnioskowaną.

§ 23

Przedsiębiorstwo finansowe przed zawarciem umowy sprawdza tożsamość klienta.

§ 24

Przedsiębiorstwo finansowe powinno zapoznać klienta z najistotniejszymi warunkami oferowanego produktu kredytowego przed zawarciem umowy na jego sprzedaż, w tym o wymaganym sposobie jego zabezpieczenia.

§ 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 będzie 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, jeśli 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

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

§ 30

W przypadku, gdy klient z przyczyn od siebie niezależnych, takich jak utrata źródła dochodu uwzględnionego we wniosku o sprzedaż produktu kredytowego, śmierć członka rodziny, choroba, nie jest w stanie terminowo wywiązać się z zobowiązań, przedsiębiorstwo finansowe na wniosek klienta rozważy zaproponowanie warunków i terminów spłat, uwzględniających aktualne możliwości finansowe 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, obarczonego 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 pozaprawnych lub bezprawnych.

§ 36

Łączna kwota odsetek i opłat karnych, wynikających z zawieranych przez przedsiębiorstwo finansowe umów, powinna być współmierna do kosztu przedsiębiorstwa finansowego, poniesionego na skutek niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania przez klienta.

§ 37

Przedsiębiorstwo finansowe w przypadku niewykonania zobowiązań przez klienta może wypowiedzieć umowę na zasadach w niej określonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa i żądać natychmiastowej spłaty zadłużenia. Wypowiedzenie umowy może jednak zostać dokonane dopiero po uprzednim przestaniu 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. Zawiadomienie nie jest konieczne w przypadku oszustwa Kredytobiorcy.

§ 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 21 dni od dnia ich otrzymania.

§ 42

W przypadku, gdy rozpatrzenie reklamacji jest niemożliwe w terminie 21 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.

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 nie wykorzystywanie tych informacji dla celów innych niż te, dla których zostały one udostępnione lub przekazane, nie udostępnianie ich ani też nie przekazywanie innym osobom chyba, że jest to niezbędne dla czynności pośrednictwa kredytowego.
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 wymogami określonymi w Ustawie z dnia 29 sierpnia 1997 roku o ochronie danych osobowych, /Dz. U. nr 133 poz. 883/ oraz Rozporządzeniu MSWiA w sprawie określenia podstawowych warunków technicznych i organizacyjnych, jakim powinny odpowiadać urządzenia i systemy informatyczne służące do przetwarzania danych osobowych z dnia 3 czerwca 1998r. /Dz.U. nr 80 poz. 521/. W szczególności nie wykorzystywanie tych danych dla celów innych niż te, dla których zostały one udostępnione lub przekazane, nie udostępnianie ich ani też nie przekazywanie innym osobom, chyba, że jest to niezbędne dla czynności pośrednictwa kredytowego.
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. Przestrzegania 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 nie przekazywanie 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 wszelkich zauważonych symptomach pogarszania się sytuacji ekonomicznej klientów.
7. Składanie zleceniodawcom dokumentów i informacji niezbędnych do 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, w szczególności udostępnianie klientom informacji wymaganych przez przepisy regulujące szczególne uprawnienia konsumentów.
11. Prowadzenie i utrzymanie 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.
12. 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 ochrony tajemnicy. Każda wizyta w miejscu zamieszkania lub w miejscu pracy wymaga wcześniejszego udzielenia zgody przez klienta.
13. Prezentowanie klientom wyłącznie aktualnej oferty w sposób pozwalający klientom na samodzielny, świadomy wybór najlepszego dla niego produktu spośród oferowanych przez pośrednika kredytowego.
14. Pracownicy i przedstawiciele pośrednika kredytowego powinni być ubrani schludnie i w sposób, który nie budzi negatywnych skojarzeń. W toku rozmowy zmierzającej do zawarcia umowy pracownicy i przedstawiciele pośrednika kredytowego winni dążyć do wyjaśnienia klientowi cech oferowanego produktu kredytowego.
15. Informowanie klienta o źródle wynagrodzenia pośrednika kredytowego, to znaczy czy jest on wynagradzany przez zleceniodawcę czy klienta.

Część V Zleceniodawca

§ 45

Zleceniodawca oraz osoby działające w jego imieniu przestrzegają następujących zasad:

1. Stworzenie pośrednikom kredytowym i ich pracownikom możliwości podnoszenia kwalifikacji zawodowych i poznawania produktów zleceniodawcy poprzez udział w szkoleniach przez niego organizowanych.
2. Uczciwe i rzetelne traktowanie pośredników kredytowych, zapewnienie im dostępu do niezbędnych informacji, wsparcia technicznego i organizacyjnego i stosownego wynagrodzenia za wykonywane usługi.
3. Ochrona danych finansowych, osobowych i handlowych na temat pośredników kredytowych i ich pracowników.
4. Przekazywanie pośrednikom kredytowym opinii i uwag na temat jakości wykonywanych przez nich i ich pracowników czynności pośrednictwa kredytowego.
5. 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.
6. 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.
7. Budowa zgodnych z prawem i rzetelnymi zasadami kupieckimi relacji handlowych pomiędzy pośrednikami kredytowymi a zleceniodawcami.
8. Działanie zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji na rynku.
9. Zachowania przez zleceniodawców powierzonych im tajemnic handlowych i organizacyjnych zarówno w czasie trwania współpracy, jak i po jej zaprzestaniu.

Część VI. Niedozwolone praktyki

§ 46

Przedsiębiorstwa finansowe 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 należnych 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 danych dotyczących oferowanego produktu kredytowego,
 - 5.2. podawanie nieprawdziwych 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 na sprzedaż produktu kredytowego, opłat za przyjęcie wniosku o jego sprzedaż.



Księga trzecia. Zasady Dobrych Praktyk Windykacyjnych

Część I Definicje

§ 47

Poniższe określenia użyte w Zasadach oznaczają:

- a) „*przedsiębiorstwo windykacyjne*” - 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 klientów,
- b) „*windykator*” - pracownik, agent lub inna osoba fizyczna wykonująca czynności windykacyjne z upoważnienia przedsiębiorstwa windykacyjnego,
- c) „*czynności windykacyjne*” - zespół czynności faktycznych i prawnych, podejmowanych w celu zaspokojenia wymagalnych wierzytelności przez dłużników,
- d) „*wierzytelność*” - uprawnienie przysługujące jednej stronie stosunku prawnego do domagania się od drugiej strony stosunku prawnego spełnienia określonego świadczenia,
- e) „*dług*” - pieniężne lub rzeczowe zobowiązanie dłużnika do świadczenia,
- f) „*dłużnik*” - osoba prawna lub fizyczna obowiązana do spełnienia określonego świadczenia wobec innej osoby prawnej lub fizycznej,
- g) „*konsument*” - osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej, niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową,
- h) „*kontrahent*” - podmiot zlecający przedsiębiorstwu windykacyjnemu prowadzenie czynności windykacyjnych lub sprzedawca wierzytelności.

Część II Zasady komunikowania się z dłużnikiem

§ 48

Przedsiębiorstwo windykacyjne zobowiązane jest prowadzić wszelkie działania i komunikować się z dłużnikiem w sposób zapewniający ochronę interesów kontrahenta, a równocześnie przestrzeganie prawa, dobrych obyczajów oraz poszanowanie słusznych praw dłużnika.

1. Korespondencja

§ 49

Korespondencja do dłużnika winna być wysyłana na jego adres zamieszkania lub inny, pod którym dłużnik może być osiągalny, 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 windykacyjne.

§ 50

Pierwsze wezwanie do zapłaty winno dokładnie opisywać wierzytelność (tytuł, wierzyciel, wystawca faktury, należność główna, data wymagalności, naliczone odsetki i inne należności uboczne, numer faktury, datę wystawienia faktury, okres, za jaki faktura została wystawiona, jeśli windykowana jest wierzytelność o charakterze ciągłym); kolejne wezwania winny zawierać informacje niezbędne dla zidentyfikowania tożsamości sprawy i etapu, na jakim ona się znajduje oraz zaktualizowaną kwotę zobowiązania dłużnika.

2. Rozmowy telefoniczne

§ 51

Rozmowy telefoniczne mogą być prowadzone w czasie i miejscu, które według rozsądnej oceny nie będą uciążliwe dla dłużnika, a więc w dni powszednie pomiędzy godzinami 06:00 - 22:00. W przypadku braku możliwości nawiązania kontaktu z dłużnikiem w czasie wyżej określonym, rozmowy telefoniczne mogą być prowadzone w pozostałe dni tygodnia, jednakże wyłącznie pomiędzy godzinami 8.00 a 20.00.

§ 52

Należy uwzględniać, w miarę możliwości, prośby dłużnika o rozmowę lub planowaną wizytę windykatora w innym czasie lub miejscu niż określone w § 72 chyba, że okoliczności wskazują na celowe działania dłużnika mające uniemożliwić nawiązanie kontaktu i rozmowy.

§ 53

Rozmowy należy prowadzić w sposób uprzejmy i kulturalny, zapewniający zachowanie tajemnicy i nie ujawnianie osobom trzecim informacji o zobowiązaniach oraz danych osobowych dłużnika; windykatorzy winni na początku rozmowy przedstawić się nazwiskiem, nazwą przedsiębiorstwa oraz wskazać wierzyciela i wystawcę rachunku

§ 54

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

§ 55

W toku rozmowy windykatorzy winni dążyć do ustalenia stanu majątkowego i sytuacji osobistej dłużnika oraz zebrać wszelkie informacje przydatne do podjęcia decyzji o celowości i sposobie dalszych czynności windykacyjnych.

§ 56

Częstotliwość rozmów telefonicznych prowadzonych z dłużnikiem nie powinna być dla niego uciążliwa i nie może nosić znamion szycany.

3. Windykacja terenowa

§ 57

Wizyty windykatorów terenowych u dłużnika mogą być podejmowane w czasie i miejscu, które według rozsądnej oceny nie będą uciążliwe dla dłużnika, a więc w dni powszednie pomiędzy godzinami 07:00 a 21:00. W przypadku braku możliwości nawiązania kontaktu z dłużnikiem w czasie wyżej określonym, wizyty windykatorów mogą być podejmowane w pozostałe dni tygodnia, jednakże wyłącznie pomiędzy godzinami 8.00 a 20.00.

§ 58

Wizyty u dłużnika w innym miejscu niż miejsce zamieszkania należy prowadzić w sposób zapewniający poszanowanie prawa dłużnika do ochrony prywatności. Mogą być podejmowane one tylko wówczas, gdy miejsce zamieszkania nie jest znane albo dłużnika nie można tam zastać. Ponadto windykatorzy nie powinni, bez uprzedniej zgody dłużnika, 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 dłużnikiem jest zobowiązany przedstawić się, okazać bez wezwania identyfikator, upoważnienie do działania wydane przez firmę windykacyjną na podstawie upoważnień lub pełnomocnictw udzielonych jej przez kontrahenta, z wyraźnym określeniem zakresu swojego umocowania, np. do podpisywania z dłużnikiem ugody, przedstawiania dłużnikowi do podpisu uznania długu, odbioru należności w gotówce, wysyłania wezwania do zapłaty itp.

§ 61

Jeśli w czasie postępowania windykacyjnego oprócz dłużnika obecne są inne osoby, a dłużnik pragnie zachować dyskrecję, należy mu to umożliwić chyba, że z oceny okoliczności wynika, iż jest to próba wprowadzenia windykatora w błąd czy uniknięcia rozmowy.

§ 62

Rozmowy należy prowadzić w sposób uprzejmy i kulturalny.

§ 63

W toku rozmowy windykatorzy winni dążyć do wyjaśnienia dłużnikowi 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 pieczętką przedsiębiorstwa windykacyjnego.

Część III

Reklamacje dłużników

§ 65

Przedsiębiorstwo windykacyjne w trakcie pierwszego kontaktu z dłużnikiem informuje go o aktualnej wartości i źródle pochodzenia wierzytelności. Informuje też o możliwości wniesienia reklamacji, a na jego żądanie udziela dalszych informacji o trybie wnoszenia i rozpatrywania reklamacji. Informacje te nie mogą wprowadzać dłużnika w błąd.

§ 66

Przedsiębiorstwo windykacyjne zapewnia dłużnikom ochronę ich wszelkich praw, w tym zarzutów służących im wobec wierzycieli oraz zbywców wierzytelności, w granicach określonych w przepisach art. 513 Kodeksu Cywilnego oraz innymi przepisami prawa.

§ 67

Przedsiębiorstwo windykacyjne wyjaśnia z wierzycielem lub zbywcą wierzytelności, zgodnie z podpisaną umową cesji wierzytelności, wszelkie podnoszone przez dłużnika zarzuty, uwzględniając przebieg i wyniki dotychczasowego postępowania reklamacyjnego, zasady określone w treści umowy z dłużnikiem, obowiązujących regulaminach czy umowach ramowych.

§ 68

Przedsiębiorstwo windykacyjne zobowiązuje się do szybkiego rozpatrywania reklamacji wniesionych przez dłużnika, nie później niż w terminie 21 dni od dnia ich otrzymania.

§ 69

W przypadku, gdy rozpatrzenie reklamacji jest niemożliwe w terminie 21 dni, przedsiębiorstwo windykacyjne zawiadamia dłużnika w formie pisemnej o nowym terminie rozpatrzenia reklamacji, który jednak nie powinien przekroczyć 60 dni od dnia otrzymania reklamacji, a w przypadku braku możliwości zachowania powyższego terminu, o najkrótszym możliwym terminie, z podaniem przyczyny opóźnienia wraz ze wskazaniem przewidywanego terminu realizacji.

§ 70

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

§ 71

W razie jednoznacznego stwierdzenia oczywistej zasadności podniesionych przez dłużnika zarzutów, uchybienia lub nieprawidłowości powinny być usunięte, a w uzasadnionych przypadkach dalsze działania windykacyjne winny być zaniechane.

§ 72

Przedsiębiorstwo windykacyjne nie jest zobowiązane do kontynuowania rozmów czy korespondencji z dłużnikiem, jeśli mają one na celu przewlekanie postępowania lub uchylenie się od zapłaty, a dłużnik nie przedstawia dokumentów czy jednoznacznie sformułowanych zarzutów pozwalających na ich rzetelną ocenę.

Część IV

Ochrona informacji oraz ochrona danych osobowych

§ 73

Przedsiębiorstwa windykacyjne 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 nie wykorzystywanie tych informacji dla celów innych niż te, dla których zostały one

udostępnione lub przekazane, nie udostępnianie ich ani też nie przekazywanie 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

Przedsiębiorstwa windykacyjne zapewniają zachowanie tajemnicy oraz pełną ochronę danych osobowych dłużników, tak przekazanych im w związku ze sprzedażą jak i udostępnionych w związku z wykonywaniem usług windykacyjnych, zgodnie z wymogami określonymi w Ustawie z dnia 29 sierpnia 1997 roku o ochronie danych osobowych, /Dz. U. nr 133 poz. 883/ oraz w Rozporządzeniu MSWiA w sprawie określenia podstawowych warunków technicznych i organizacyjnych, jakim powinny odpowiadać urzędnicy i systemy informatyczne służące do przetwarzania danych osobowych z dnia 3 czerwca 1998r. /Dz.U. nr 80 poz. 521/. W szczególności zapewnią nie wykorzystywanie tych danych dla celów innych niż te, dla których zostały one udostępnione lub przekazane oraz nie udostępnianie ich ani też nie przekazywanie innym osobom, chyba, że jest to niezbędne dla wykonywania czynności windykacyjnych (biura meldunkowe, kancelarie adwokackie i radców prawnych, sądy, komornicy, itp.).

Część V

Praktyki zakazane i niedozwolone

§ 75

Przedsiębiorstwa windykacyjne 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 dłużnika.
4. Przekazywanie lub ujawnianie informacji o zadłużeniu i przebiegu czynności windykacyjnych nieuprawnionym osobom trzecim, w tym zwłaszcza nieletnim członkom rodziny dłużnika.
5. Przesyłanie lub używanie dokumentów, pism, ubiorów lub narzędzi wskazujących na wykonywanie czynności przez sąd, czy jakikolwiek urząd państwowy lub zawierające informacje dla tych instytucji właściwe lub przeznaczone.
6. Przedstawianie nieprawdziwych danych dotyczących długu, w szczególności określających charakter, wielkość i status prawny długu.
7. Podawanie nieprawdziwych informacji o swoim statusie, kwalifikacjach, doświadczeniu lub uprawnieniach zawodowych, w szczególności nieuprawnione, rzekome działanie w imieniu innego przedsiębiorstwa windykacyjnego lub nieprawdziwe informacje o kwalifikacjach i uprawnieniach w zakresie zawodów prawniczych.
8. Przekazywanie nieprawdziwych informacji o konsekwencjach niezapłacenia długu, między innymi takich jak areszt, pozbawienie wolności, konfiskata majątku.
9. Wyrażanie w kontaktach z dłużnikiem lub osobami trzecimi sugestii, że dłużnik jest przestępcą.
10. Przyjmowanie przez windykatorów od dłużników środków pieniężnych lub jakichkolwiek przedmiotów bez wystawienia pokwitowania.
11. Groźenie w jakikolwiek sposób lub podejmowanie działań zmierzających do naruszenia własności lub posiadania.
12. Pobieranie od dłużnika, bez tytułu prawnego wynikającego z zawartych umów bądź przepisów prawa, kwot tytułem opłat w związku z prowadzonymi działaniami windykacyjnymi.



Księga czwarta. Zasady Dobrych Praktyk w Biurach Informacji Gospodarczej

Część I Definicje

§ 76

Poniższe określenia użyte w Zasadach oznaczają:

- a) „*Ustawa*” - Ustawa z dnia 14 lutego 2003 r. o udostępnianiu informacji gospodarczych.
- b) „*Umowa o udostępnianie informacji gospodarczych*” - umowa, o której mowa w art. 6 Ustawy.
- c) „*Biuro Informacji Gospodarczej (Biuro)*” - biuro działające na podstawie Ustawy, którego przedmiotem działalności gospodarczej jest przyjmowanie informacji gospodarczych od Klienta, ich przechowywanie i ujawnianie
- d) „*Klient*” - przedsiębiorca, który ma podpisaną umowę z Biurem o udostępnianie informacji gospodarczych
- e) „*Regulamin*” - zbiór zasad regulujących przekazywanie, zabezpieczenie, aktualizację, usuwanie, ujawnianie informacji gospodarczych i prowadzenie rejestru zapytań, zatwierdzony przez ministra właściwego do spraw gospodarki i ogłoszony w Monitorze Sądowym i Gospodarczym
- f) „*Konsument*”- osoba fizyczna, która zawiera umowę z Klientem w celu bezpośrednio niezwiązanym z działalnością gospodarczą, członek wspólnoty mieszkaniowej oraz członek spółdzielni mieszkaniowej posiadający prawo do lokalu w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o spółdzielniach mieszkaniowych (Dz. U. z 2001 r. Nr 4, poz. 27 z późn. zm.)
- g) „*Dłużnik*” - osoba prawna lub fizyczna obowiązana do spełnienia określonego świadczenia wobec innej osoby prawnej lub fizycznej.
- h) „*Pozytywna historia płatnicza*” - informacje gospodarcze o wywiązywaniu się przez Konsumenta z zobowiązań z tytułu umów o kredyt konsumencki lub o przewóz osoby w regularnej komunikacji publicznej.

Część II

Podstawowe zasady działania Biura Informacji Gospodarczej dotyczące Konsumenta

Preambuła

Biuro Informacji Gospodarczej prowadzi swoją działalność w oparciu o przepisy Ustawy z dnia 14 lutego 2003 r. o udostępnianiu informacji gospodarczych, które regulują zasady i tryb udostępniania informacji gospodarczych dotyczących wiarygodności płatniczej, a w szczególności zakres przetwarzanych danych, zasady i tryb ich przekazywania, przechowywania, ujawniania, aktualizacji i usuwania oraz określają prawo wglądu do danych i do rejestru zapytań.

Biuro Informacji Gospodarczej rozpoczyna działalność gospodarczą po zatwierdzeniu Regulaminu zarządzania danymi w drodze decyzji wydawanej przez ministra właściwego do spraw gospodarki, po zasięgnięciu opinii Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych.

Biuro Informacji Gospodarczej w trakcie prowadzenia działalności gospodarczej podlega nadzorowi ministra właściwego do spraw gospodarki w zakresie jej zgodności z Ustawą i Regulaminem.

Zasady Dobrych Praktyk w Biurach Informacji Gospodarczej wynikają z uniwersalnych norm etycznych, Ustawy o udostępnianiu informacji gospodarczych i Ustawy o ochronie danych osobowych oraz zaleceń Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Zasady te zostały sformułowane w oparciu o dotychczas stosowane w Biurach Informacji Gospodarczej regulaminy oraz procedury postępowania w sprawach o udostępnianie informacji gospodarczych.

1. Warunki przekazywania informacji gospodarczych o zobowiązaniach Konsumenta

§ 77

1. Aby informacje gospodarcze o zobowiązaniach Konsumenta mogły zostać przekazane do Biura muszą zostać spełnione łącznie następujące warunki:
 - a) zobowiązanie bądź zobowiązania wobec Klienta powstały z tytułu umowy o kredyt konsumencki lub umowy o przewóz osób w regularnej komunikacji publicznej,
 - b) świadczenie bądź świadczenia są wymagalne od co najmniej 60 dni,
 - c) upłynął co najmniej jeden miesiąc od wysłania przez Klienta wezwania do zapłaty (listem poleconym) na adres do korespondencji wskazany przez Konsumenta, a jeżeli Konsument nie wskazał takiego adresu - na adres miejsca zameldowania Konsumenta na pobyt stały lub czasowy, zawierającego ostrzeżenie o zamiarze przekazania danych do Biura, z podaniem firmy i adresu siedziby tego Biura
 - d) łączna kwota zobowiązań wynosi co najmniej 200 złotych.
2. Podmiotem przekazującym dane może być wyłącznie przedsiębiorca określony w art. 7 ust.1 Ustawy.

2. Zakres przekazywanych danych dotyczących Konsumenta

§ 78

Klient jest obowiązany przekazać do Biura następujące dane, wchodzące w zakres informacji gospodarczych, dotyczących Konsumenta:

- a) imiona i nazwisko;
- b) obywatelstwo;
- c) numer PESEL - w przypadku, gdy Konsument jest obywatelem polskim;
- d) seria i numer dowodu osobistego lub innego dokumentu potwierdzającego tożsamość - w przypadku, gdy Konsument nie jest obywatelem polskim.

§ 79

Jeżeli przekazane dane, dotyczące Konsumenta nie zawierają danych, wskazanych w § 78, Biuro jest zobowiązane zwrócić je Klientowi w celu uzupełnienia.

§ 80

Klient może przekazać do Biura dodatkowo następujące dane, wchodzące w zakres informacji gospodarczych, dotyczących Konsumenta:

- a) adres miejsca zameldowania na pobyt stały lub czasowy;
- b) datę urodzenia;
- c) serię i numer dowodu osobistego, gdy Konsument jest obywatelem polskim.

§ 81

W przypadku zmiany danych dotyczących Konsumenta, zobowiązania albo podrobionego lub cudzego dokumentu, którym posłużono się wobec Klienta, za aktualizację danych odpowiada bezpośrednio Klient, który zgłosił dane do bazy Biura.

3. Budowanie pozytywnej historii płatniczej Konsumenta

§ 82

Biuro promuje działania sprzyjające budowaniu pozytywnej historii płatniczej Konsumenta.

4. Ujawnianie informacji gospodarczych o zobowiązaniach Konsumenta przez Biuro

§ 83

Klient może wystąpić o ujawnienie informacji gospodarczej o zobowiązaniach Konsumenta wyłącznie na podstawie upoważnienia wystawionego przez Konsumenta (w terminie 30 dni od dnia udzielenia tego upoważnienia). Wymóg ten nie dotyczy podmiotów posiadających szczególnie uprawnienia, wymienionych w art. 16 ust. 1. Ustawy. Data wydania upoważnienia przez Konsumenta powinna być umieszczona w bazie Biura.

5. Prawo wglądu Konsumenta do dotyczących go informacji gospodarczych oraz do rejestru zapytań

§ 84

1. Biuro zapewnia Konsumentowi bezpłatnie, raz na 6 miesięcy, wgląd do przechowywanych przez Biuro dotyczących go informacji gospodarczych oraz do rejestru zapytań w zakresie dotyczącym ujawniania jego danych. Jednakże w przypadku, gdy na życzenie Konsumenta raport jest udostępniany za pośrednictwem poczty, Biuro może pobierać opłatą zryczałtowaną pokrywającą koszty przygotowania i nadania przesyłki.
2. O prawie określonym w ust. 1 Biuro informuje Konsumenta podczas nawiązania przez niego, w dowolnej formie, pierwszego kontaktu z Biurem.
3. Biuro ustanawia wewnętrzny regulamin obsługi konsumenta, który publikuje na swoich stronach internetowych.

§ 85

Biuro z własnej inicjatywy usuwa informacje gospodarcze dotyczące Konsumenta:

- a) otrzymane od przedsiębiorcy, z którym umowa o udostępnianie informacji gospodarczych wygasta,
- b) przed zaprzestaniem wykonywania działalności gospodarczej,
- c) po upływie 3 lat od ostatniej aktualizacji, nie później jednak niż po upływie 10 lat od ich otrzymania,
- d) na podstawie uzasadnionej informacji o nieistnieniu zobowiązania;
- e) na podstawie uzasadnionej informacji o wygaśnięciu lub odroczeniu wykonania zobowiązania.

Część III

Zasady komunikowania się z Dłużnikiem

1. Zasady ogólne

§ 86

1. Biuro zobowiązane jest prowadzić działania i komunikować się z Dłużnikiem w sposób zapewniający ochronę interesów Dłużnika i Klienta, przestrzegając przepisów prawa i dobrych obyczajów, przy jednoczesnym poszanowaniu praw wszystkich uczestników postępowania w procesie udostępniania informacji gospodarczych .
2. Biuro udziela wyjaśnień i informacji Dłużnikowi o przedmiocie działalności Biura, treści przepisów Ustawy oraz przysługujących Dłużnikowi prawach:
 - a) wglądu do jego danych oraz do rejestru zapytań;
 - b) żądania od Klienta Biura, który przekazał informacje gospodarcze dotyczące Dłużnika, ich uzupełnienia, uaktualnienia, sprostowania lub usunięcia.

§ 87

Biuro zobowiązane jest zapewnić, aby rozmowy telefoniczne prowadzone były w sposób uprzejmy i kulturalny, zapewniający zachowanie tajemnicy i nie ujawnianie osobom trzecim informacji o zobowiązaniach oraz danych osobowych Dłużnika.

§ 88

W przypadku kontaktu telefonicznego Dłużnika z Biurem w sprawie faktu umieszczenia go w bazie danych Biura, należy wskazać Dłużnikowi zasadność wyjaśnienia sprawy z Klientem (Wierzycielem).

2. Zasady komunikowania się z Konsumentem będącym Dłużnikiem

§ 89

Biuro dokłada należytej staranności przy realizacji prawa wglądu Konsumenta do dotyczących go informacji gospodarczych i przy doborze sposobu dostarczenia ich Konsumentowi. Celem zachowania wysokiego stopnia ochrony prywatności, Biuro stosuje metody gwarantujące weryfikację danych Konsumenta, realizującego prawo wglądu do własnych danych. W przypadku realizacji prawa wglądu w drodze korespondencyjnej Biuro zapewnia doręczanie informacji gospodarczych za pomocą przesyłek poleconych.

§ 90

Biuro publikuje na swoich stronach internetowych Regulamin, Ustawę, kompletne dane kontaktowe Biura oraz wzory wniosków niezbędnych do realizacji prawa wglądu. Biuro zapewnia Konsumentowi szybki dostęp do informacji o prowadzonej przez nie działalności.

§ 91

Konsument obsługiwany jest przez kompetentnych pracowników Biura, rzetelnie informujących o przysługujących Konsumentowi prawach i trybie rozpatrywania reklamacji oraz doradzających indywidualne rozwiązania, dostosowane do konkretnych potrzeb i sytuacji.

Część IV Korespondencja

§ 92

1. Korespondencja do Dłużnika winna być wysłana 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 Biuro.
2. Biuro na życzenie Klienta może pisemnie powiadomić Dłużnika na adres wskazany przez Klienta o fakcie umieszczenia jego danych oraz danych dotyczących jego zadłużenia w bazie Biura.
3. Powiadomienie wysłane przez Biuro do Dłużnika winno zawierać co najmniej następujące dane:
 - a) wysokość zaległości,
 - b) dane identyfikujące Klienta (Wierzyciela),
 - c) tytuł prawny zobowiązania.

Część V

Ochrona oraz zasady przechowywania informacji gospodarczych, w tym danych osobowych

§ 93

1. Biuro zapewnia zachowanie tajemnicy przyjmowanych, przechowywanych i ujawnianych w związku z prowadzoną działalnością gospodarczą informacji gospodarczych, w szczególności zapewnia nie udostępnianie danych w sposób sprzeczny z Ustawą i Regulaminem.
2. Biuro zapewnia pełną ochronę prawną i techniczną danych z uwzględnieniem przepisów Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 roku o ochronie danych osobowych, /tekst jednolity Dz. U. z 2002 r. Nr 101, poz. 926 z późn. zm./ oraz Rozporządzenia MSWiA w sprawie dokumentacji przetwarzania danych osobowych oraz warunków technicznych i organizacyjnych, jakim powinny odpowiadać urzędnicy i systemy informatyczne służące do przetwarzania danych osobowych z dnia 29 kwietnia 2004 r. /Dz.U. Nr 100, poz. 1024/.
3. Biuro dokłada wszelkich starań, by dane umieszczone w bazie spełniały wymogi określone w Ustawie. Szczególny nacisk kłaść należy na prawidłowe podanie kwoty zadłużenia, terminu jego spłaty, wysłanie wezwania do zapłaty oraz na termin umieszczenia Dłużnika w bazie.
4. W przypadku, gdy Klient poinformuje Biuro o całkowitym wykonaniu zobowiązania przez Dłużnika Klienta, który uprzednio został umieszczony w bazie, Biuro powinno niezwłocznie usunąć wszelkie dane dotyczące tego zobowiązania.

Część VI

Praktyki zakazane i niedozwolone

§ 94

1. Biuro nie ujawnia przekazanych informacji gospodarczych w sposób sprzeczny z Ustawą i Regulaminem.
2. Jeżeli Ustawa przewiduje szczególne ograniczenia w ujawnianiu określonej kategorii danych, Biuro nie ujawnia tych danych podmiotom nieuprawnionym lub w zakresie objętym ograniczeniem.
3. W kontaktach z Dłużnikiem zakazane jest
 - a) używanie siły, gróźb karalnych lub podejmowanie jakichkolwiek prób zastraszania lub wprowadzania w błąd, na przykład poprzez udzielanie nieprawdziwych informacji, a także stosowanie innych metod działania, naruszających godność osobistą Dłużnika;
 - b) używanie wulgarnego lub nieprzyzwoitego języka lub określeń naruszających zasady współżycia społecznego i przyjęte normy obyczajowe, a także niegrzecznego tonu rozmów.



Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, Związek Pracodawców

ul. Długie Pobrzeże 30,
80-888 Gdańsk,

Tel.: 058 302 92 05

Fax: 058 302 92 64

<http://www.kpf.pl>

e-mail: info@kpf.pl