

GetBack – klienci wyszli bez oszczędności życia

02 października 2018 | Prawo | RP

Rynek finansowy | Doradcy nie chcieli mówić, że oferowane obligacje są obciążone ryzykiem Beata Komarnicka-Nowak

Król jest nagi, chciałoby się krzyknąć, patrząc na szyldy spółki GetBack. Już sama nazwa powinna dać do myślenia potencjalnym inwestorom. W prostym tłumaczeniu z angielskiego to słowo oznacza, m.in. – cofnij się. Co takiego więc się stało, że klienci jednak weszli w ten interes i wyszli, czasami bez oszczędności swojego życia.

Do trzech razy sztuka?

Po aferach z toksycznymi opcjami walutowymi, które banki sprzedawały przedsiębiorcom, z rujnąjącymi kredytami walutowymi we frankach szwajcarskich teraz przyszedł czas na aferę z rzekomo bezpiecznymi jak lokaty obligacjami korporacyjnymi firmy GetBack. Co łączy wszystkie te sprawy? Punktem wspólnym jest tzw. doradca klienta.

Doradca, bo tak zazwyczaj przedstawiała się osoba oferująca obligacje, na początku utwierdzała klienta w przekonaniu o zawarciu umowy z bankiem. Doradca ani przed podpisaniem umowy z klientem, ani w momencie jej zawierania nie był zainteresowany ustaleniem, czy ten posiada odpowiednią wiedzę na temat obligacji oraz innych produktów rynku instrumentów finansowych. Doradca nie przedstawiał nawet różnic pomiędzy obligacjami korporacyjnymi a obligacjami skarbowymi. Klient przekonany o przedstawieniu mu przez bank produktu bezpiecznego, dostosowanego do jego potrzeb, za namową doradcy podpisywał hurtowo wszystkie oświadczenia dotyczące ryzyka. Doradca bowiem tłumaczył, że są to standardowe dokumenty banku.

Wiecie, rozumiecie

Klient był utrzymywany w przekonaniu, że celem zawarcia umowy jest bezpieczne ulokowanie pieniędzy w banku, nieodbiegające od standardowej lokaty. Był to propagandowy majstersztyk rodem z lat 70. W rezultacie okazało się jednak, że mamy do czynienia z czystą spekulacją, a klient nie został poinformowany od początku o skali ryzyka. Wbrew zapewnieniom produkt nie tylko nie okazał się bezpieczny, ale wręcz szkodliwy. Klient często, do czasu komunikatu komisji Nadzoru Finansowego o sytuacji spółki GetBack, nie zdawał sobie sprawy, że umowę zawarł z domem maklerskim, a nie z bankiem.

Prawnicy od wielu lat w bataliach sądowych z bankami, podnoszą kwestie odpowiedzialności banków jako instytucji zaufania publicznego. To bank przecież specjalizuje się w zarządzaniu ryzykiem, czyli jest przedsiębiorcą, którego zadaniem i wartością dodaną, jest zarządzanie ryzykiem finansowym, nie tylko własnym, ale również i klienta.

Nieodrobione lekcje

Stosunki umowne w ogóle mogą być zawierane, o ile w obrocie istnieje odpowiedni poziom zaufania. Zaufanie to coś między „ślepą wiarą” a nieufnością. To, co odróżnia je od nieufności, to przyzwolenie na brak dogłębnego i pełnego sprawdzenia i zabezpieczenia swoich interesów, oparcie się w pewnym stopniu na tym, co mówi druga strona. Zaufanie jest szczególnie ważne w przypadku umów z instytucjami zaufania publicznego. Zgodnie z jednolitym orzecznictwem sądowym, banki są instytucjami zaufania publicznego. W przypadku takich instytucji, zaufanie oparte jest nie tyle na osobistym doświadczeniu klienta, co na braku dowodów przeciwnych.

Uzasadnione było więc oczekiwanie klientów, że bank będzie oferował wyłącznie bezpieczne produkty; przez bezpieczne należy tu rozumieć umowy niewywołujące ryzyka finansowego, tj. ryzyka, na które klient nie ma żadnego wpływu. W związku z tym w ramach obowiązku staranności banku wobec klienta wynikającym m.in. z art. 354 i 355 § 2 k.c. wywodzi się obowiązek banku odmowy zawarcia umowy „rażąco nierozsądnej”, czyli niedającej się pogodzić z paradygmatem racjonalnego działania stron. Zasady deontologii bankowej wskazują, że bank przy zawieraniu umowy powinien się kierować najlepszym interesem klienta, tj. oferować mu tylko bezpieczne produkty. Zasada uwzględniania najlepszego interesu klienta jest wprost wymieniona w zasadach dobrej praktyki bankowej.

Wciąż ta sama płyta

Jak to możliwe, że po kilku już wielkich aferach finansowych w Polsce nieuczciwa praktyka rynkowa ma się całkiem nieźle? To pytanie zadają sobie dziś nie tylko obligatariusze firmy GetBack. Przecież wiadomo od dawna, że sprzedaż produktów niedopasowanych do potrzeb konsumenta to nieetyczna praktyka polegająca na prezentowaniu przez instytucje finansowe nieprawdziwych cech dostarczanego produktu, przekonując o jego atrakcyjności, mimo że analiza jego profilu wskazuje na poważne ryzyko. Zbiór wątpliwych pod względem etycznym i prawnym praktyk, których celem jest jedno – sprzedać produkt finansowy za wszelką cenę, nawet jeżeli nie jest on potrzebny klientowi. Konsumenci, których interes został zagrożony lub naruszony, mogą żądać m.in. usunięcia skutków nieuczciwej praktyki lub naprawienia wyrządzonej szkody na zasadach ogólnych, w szczególności żądać unieważnienia umowy z obowiązkiem wzajemnego zwrotu świadczeń oraz zwrotu przez przedsiębiorcę kosztów związanych z nabyciem produktu. Czyli znów konsumentom pozostaje tylko wieloletnia droga sądowa. Drogą tą od wielu lat podążają już przedsiębiorcy z opcjami oraz frankowicze.

Pytania bez odpowiedzi

4 września 2018 r. wpłynął do Sejmu projekt ustawy o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem nadzoru oraz ochrony inwestorów na rynku finansowym, który zakłada wprowadzenie licznych zmian w przepisach regulujących rynek finansowy. Patrząc wstecz, można rzec, ale to już było. Projekty ustaw dotyczące pomocy przedsiębiorcom z opcjami i przewalutowania kredytów frankowych nigdy nie zamieniły się w obowiązujące prawo. Może warto się zastanowić nie tylko nad uchwalaniem nowego prawa, ale jak sprawić, żeby działało to co już obowiązuje. Dlaczego wciąż jest możliwe naruszanie dyrektywy MiFID (Markets in Financial Instruments Directive), która jasno i wyraźnie mówi, że podmioty oferujące usługi inwestycyjne zobowiązane są do działania w najlepiej pojętym interesie klientów, oferowania produktów finansowych adekwatnych do wiedzy i doświadczenia klientów i uprzedzania o ryzyku związanym z inwestowaniem.

MiFID wprowadziła wymogi w zakresie świadczenia usług mających zagwarantować należyty poziom ochrony klientom poprzez umożliwienie im świadomego podejmowania decyzji co do określonych instrumentów finansowych oraz opartych na nich usług. W szczególności art. 19 dyrektywy 2004/39/WE, zobowiązuje m.in. do: wyczerpującego informowania klientów o charakterze proponowanych im usług w sposób gwarantujący ich zrozumienie, uzyskanie od klienta informacji w celu dokonania oceny, czy dana usługa jest dla niego odpowiednia oraz dokładnego badania indywidualnej sytuacji klienta. Wydaje się, że żadnemu z tych obowiązków, sprzedając obligacje, nie sprostanono. ©

Autorka jest współnikiem, radcą prawnym w Komarnicka Korpalski Kancelaria Prawna