

# *Misselling, czyli sprzedaż niepotrzebnych instrumentów finansowych i jej skutki. Stan prawny w Polsce i Wielkiej Brytanii*

Joanna CICHORSKA<sup>1</sup>

*Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach,  
Katedra Bankowości i Rynków Finansowych*

*Streszczenie.* Do sądów oraz instytucji nadzoru finansowego i instytucji ochrony konsumentów wielu krajów dociera coraz więcej skarg na nieuczciwe praktyki instytucji finansowych, polegające na sprzedaży produktów niedopasowanych do potrzeb i możliwości klientów, a z reguły zbędnych. Proceder ten określany jest mianem missellingu. Występuje najczęściej przy sprzedaży wiązanej obejmującej takie instrumenty, jak kredyt, karty płatnicze lub lokaty uzupełnione określoną formą ubezpieczenia. Sprzedaż o znamionach missellingu naraża klientów na niepotrzebne ryzyko i generuje dodatkowe koszty obsługi. Zrodziło to potrzebę zaostrożenia regulacji odnoszących się do sprzedaży produktów finansowych. W artykule wyjaśniono pojęcie missellingu i podano jego przykłady w Polsce i Wielkiej Brytanii. Opisano także zmiany przepisów w tym zakresie oraz sposoby ich egzekwowania w obu krajach.

*Słowa kluczowe:* misselling, produkty finansowe, skargi, Rzecznik Finansowy.

*Kody JEL:* G21, G22.

## **1. Wstęp**

Do sądów oraz Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów dociera coraz więcej skarg na nieuczciwe praktyki instytucji finansowych, polegające na sprzedaży produktów niedopasowanych do potrzeb i możliwości klientów. Banki, sprzedając instrumenty nieodpowiadające potrzebom konsumentów, nie wypełniają funkcji instytucji zaufania publicznego. Brak rzetelnej informacji o produkcie naraża bowiem konsumentów na ryzyko utraty oszczędności i wysokie koszty obsługi źle dobranych usług. Proceder ten – określany mianem missellingu – skutkuje potrzebą zaostrożenia regulacji odnoszących się do bezpieczeństwa konsumentów nabywających produkty finansowe. W ten sposób problematyka missellingu wpisuje się w dyskusję na temat etyki w biznesie, szczególnie w relacjach banków i podmiotów ubezpieczeniowych z klientami indywidualnymi [Czechowska 2016, s. 7–17].

---

<sup>1</sup> Kontakt z autorem: Joanna Cichorska, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Wydział Finansów i Ubezpieczeń, ul. 1 Maja 50, Katowice, Polska, e-mail: j.cichorska@ue.katowice.pl.

Celem artykułu jest porównanie regulacji dotyczących missellingu wprowadzonych w Polsce i Wielkiej Brytanii oraz ocena ich skuteczności. Autorka formułuje w artykule hipotezę, że aby zwiększyć skuteczność zwalczania missellingu, konieczne są nie tylko zmiany regulacji prawnych w zakresie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, ale także skuteczne sposoby ich egzekwowania.

Tak postawiony cel wymaga na wstępie zdefiniowania samego pojęcia missellingu oraz identyfikacji katalogu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i zagrożeń wynikających ze sprzedaży produktów niedopasowanych do oczekiwań konsumentów. Ten problem stał się przedmiotem pierwszej części artykułu. Dla ukazania skali zjawiska w kolejnym punkcie przedstawiona została sytuacja na rynku usług finansowych szczególnie zagrożonych zjawiskiem missellingu. Porównano przy tym rynki krajowe w Polsce i Wielkiej Brytanii – kraju, w którym misselling jest szczególnie dotkliwy i gdzie rozpoczęto szeroko zakrojoną akcję zwalczania tego procederu. W kolejnej części artykułu zaprezentowano metody walki z tym zjawiskiem, przy czym szczególną uwagę poświęcono zmianom w przepisach prawnych. Przeprowadzono też ocenę skuteczności zastosowania nowych regulacji prawnych.

W artykule została zastosowana metoda krytycznej analizy przepisów prawa oraz statystycznej oceny skutków nierzetelnych umów.

## 2. Misselling – charakterystyka pojęcia

Nieuczciwe praktyki instytucji finansowych, w tym również banków komercyjnych, spowodowały pojawienie się nowego pojęcia – misselling – określającego proponowanie konsumentom usług finansowych, które nie odpowiadają ich potrzebom. Większość definicji missellingu podkreśla nieetyczne zachowania sprzedawców, polegające na wprowadzaniu klientów w błąd. E. Wierzbicka definiuje misselling jako zachowania niebezpieczne dla klienta, przez które rozumie się nieczystą sprzedaż, stosowanie praktyk nieetycznych (np. celowe wprowadzanie klienta w błąd), a nawet wątpliwych pod względem prawnym. Najczęściej celem takich nieetycznych praktyk jest sprzedaż ubezpieczenia lub innego produktu finansowego, nawet jeśli nie jest on potrzebny klientowi [Wierzbicka 2015, s. 71–79].

S. Wojnowska i K. Gniadek określają z kolei misselling jako „naruszanie norm etycznych oraz prawnych, które towarzyszą procesom sprzedażowym, a także [...] świadome wprowadzanie klienta w błąd” [Wojnowska, Gniadek 2015]. Słownik InvestorWords zwraca dodatkowo uwagę, że w usługach finansowych misselling może dotyczyć nieujawnienia pewnych faktów związanych z daną inwestycją, co uniemożliwia ocenę jej efektywności i podjęcie świadomej decyzji o zakupie produktu [InvestorWords].

O. Wyman podkreśla natomiast, że sprzedaż nieodpowiednich produktów stawia klientów w niekorzystnym położeniu. Narażeni są oni na wiele niedogodności, o których nie wiedzieli, ponieważ zostali wprowadzeni w błąd po zaprezentowaniu im niejasnych, niekompletnych lub świadomie błędnych dokumentów (ulotek, regulaminów, formularzy wniosków, umów itp.). Autor wskazuje, że pracownicy insty-

tucji finansowych, wykorzystując swoją uprzywilejowaną pozycję, często zmuszają klientów do zakupu zbędnych produktów, udzielają rekomendacji do zakupu bez znajomości rzeczywistych potrzeb klientów, bądź nawet kreują je w nieuzasadniony sposób, np. sprzedając polisy emerytalne osobom w starszym wieku [Wyman 2015, s. 5].

M. Krasnodębska-Tomkiel definiuje misselling jako sprzedaż produktów niedopasowanych do potrzeb konsumentów, podając za przykład takich praktyk oferowanie jako bezpiecznych instrumentów, które w rzeczywistości generują znaczne ryzyko inwestycyjne. Do takich produktów autorka zalicza m.in. ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, kredyty hipoteczne denominowane w walutach obcych oraz tzw. chwilówki [Krasnodębska-Tomkiel 2016].

Misselling ze względu na powszechne występowanie i wysoki stopień zagrożenia stał się przedmiotem zainteresowania jednostek nadzoru finansowego poszczególnych krajów, które sformułowały swoje definicje tego zjawiska. Na szczególną uwagę zasługują definicje prezentowane początkowo przez Financial Services Authority (FSA), a następnie przez jej kontynuatora Financial Conduct Authority (FCA)<sup>2</sup>. FSA charakteryzuje misselling jako dostarczanie konsumentom nieuczciwych, nieodpowiednich produktów. FCA rozwija tę definicję, wiążąc natomiast misselling z udzieleniem nieodpowiedniej porady, zbędnych informacji lub niewyjaśnieniem podejmowanego ryzyka, czego rezultatem jest podpisanie przez klienta niekorzystnej dla niego umowy. Misselling posiada zatem cechy nieuprawnionej sprzedaży, przez co FCA rozumie, że dany produkt nie jest odpowiedni dla klienta. Misselling występuje więc również wtedy, gdy klient nie traci pieniędzy, ale został niewłaściwie poinformowany o poziomie ryzyka, możliwości wycofania się z umowy, złożenia reklamacji bądź nie otrzymał kompletnych, wiarygodnych i przejrzystych informacji na temat działania kupowanego instrumentu i skutków jego funkcjonowania na rynku [FCA].

Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów definiuje z kolei praktyki naruszające interesy konsumentów jako „proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych produktów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru” (tekst jedn. Dz. U. z 2017 r., poz. 229). Z reguły charakter tych instrumentów różni się od oczekiwań konsumenta, który nie zdaje sobie sprawy z ich prawdziwego przeznaczenia. Zestawienie cech missellingu podanych przez różnych autorów przedstawia tabela 1.

W praktyce misselling dotyczy najczęściej grupy produktów *bancassurance*, występujących pod postacią różnych finansowych instrumentów zintegrowanych w pakiety komplementarnych usług bankowych i ubezpieczeniowych. Mogą one przy-

---

<sup>2</sup> FCA jest rządową instytucją powołaną w Wielkiej Brytanii w 2013 r. w celu tworzenia regulacji ostrożnościowych dla ochrony konsumentów, utrzymania stabilności przemysłu oraz promowania zdrowej konkurencji między dostawcami usług finansowych. Organizacja FCA powstała z przekształcenia FSA.

bierać formę ubezpieczeniowej polisy na życie będącej integralną częścią pakietu kredytowego oferowanego przez banki komercyjne.

*Tabela 1. Charakterystyka missellingu według wybranych źródeł*

Autor	Cechy missellingu
E. Wierzbicka	zachowania niebezpieczne dla klienta, nieczysta sprzedaż
S. Wojnowska i K. Gniadek	naruszanie norm etycznych oraz prawnych, świadome wprowadzanie klienta w błąd
InvestorWords	nieujawnienie pewnych faktów, uniemożliwiający ocenę inwestycji
O. Wyman	sprzedaż nieodpowiednich produktów
M. Krasnodębska-Tomkiel	sprzedaż produktów niedopasowanych do potrzeb konsumentów
Financial Services Authority (FSA)	dostarczanie konsumentom nieuczciwych, nieodpowiednich produktów
Financial Conduct Authority (FCA)	udzielenie nieodpowiedniej porady niewyjaśniającej podejmowanego ryzyka
Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów	proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych w sposób nieadekwatny do ich charakteru

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Wierzbicka 2015; Wojnowska, Gniadek 2015; InvestorWords; Wyman 2011; FCA; Krasnodębska-Tomkiel 2016].

Usługi finansowe, których dotyczy misselling, charakteryzują się niską przydatnością dla konsumenta, gdyż nie spełniają pokładanych w nich oczekiwań. Konsument jest świadomie wprowadzany w błąd przez przekazywanie niepełnych bądź wręcz nieprawdziwych informacji na temat zakupu i funkcjonowania nabywanych instrumentów. Nie zna też najczęściej swoich praw jako ich właściciel. Korzyści z nabycia takich produktów finansowych są więc dla klientów w większości przypadków niejasne, dlatego misselling uznawany jest za sprzedaż o nieczystych intencjach, będącą rezultatem wątpliwych prawnie i etycznie praktyk wielkich korporacji finansowych, których jedynym celem jest zwiększenie swoich obrotów. Umowy zakupu na ogół zawierają niedozwolone prawem zapisy, tzw. klauzule abuzywne [Orlicka 2015, s. 36–48]. Dotyczą one tych elementów umowy z konsumentem, które kształtują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy, na których treść konsument nie miał rzeczywistego wpływu (art. 385<sup>1</sup> § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny, tekst jedn. Dz. U. z 2017 r., poz. 459).

Najczęściej do nieuprawnionej sprzedaży usług finansowych dochodzi w wyniku braku rzetelnej informacji o sprzedawanych produktach. Brak przejrzystości i transparentności przy sporządzaniu niektórych umów finansowych uniemożliwia przeciętnemu nabywcy ocenę faktycznego ryzyka i ewentualnych korzyści wynikających z zakupu. Wyklucza też możliwość oceny przydatności tych produktów. Nadużycia związane ze sprzedażą mogą dotyczyć niekorzystnej dla klienta ceny, niskiej jakości produktu lub mniejszego bezpieczeństwa, np. ochrony ubezpieczeniowej. Pośrednicy finansowi mogą też zachęcać do zakupu produktów wybranego partnera biznesowego, pomimo występowania na rynku innych, korzystniejszych dla klienta ofert.

Charakterystycznymi cechami missellingu są:

- nieadekwatność produktu do charakteru, profilu lub potrzeb klienta (np. sprzedaż produktów długoterminowych osobom w podeszłym wieku),
- brak wyjaśnień o sposobach i czasie likwidacji instrumentu,
- brak informacji o konstrukcji instrumentu i strukturze portfela inwestycyjnego,
- brak informacji o stopniu ryzyka instrumentu,
- brak informacji o sposobie obliczania dochodu klienta.

Produkty, których z reguły dotyczy misselling, charakteryzują się z reguły skomplikowaną konstrukcją, a do ich zbycia często wykorzystywani są pośrednicy niepodlegający ścisłemu nadzorowi finansowemu. Misselling stosują bowiem nie tylko banki czy podmioty ubezpieczeniowe odpowiedzialne za skonstruowanie produktu, ale także brokerzy zajmujący się jego dystrybucją i stosujący nieuczciwe metody PR-owskie oraz marketingowe. Przez wiele lat procederowi temu sprzyjał brak stosownych, przejrzystych i uczciwych regulacji prawnych.

### 3. Sytuacja na rynku w wybranych krajach

#### 3.1. Misselling w Wielkiej Brytanii

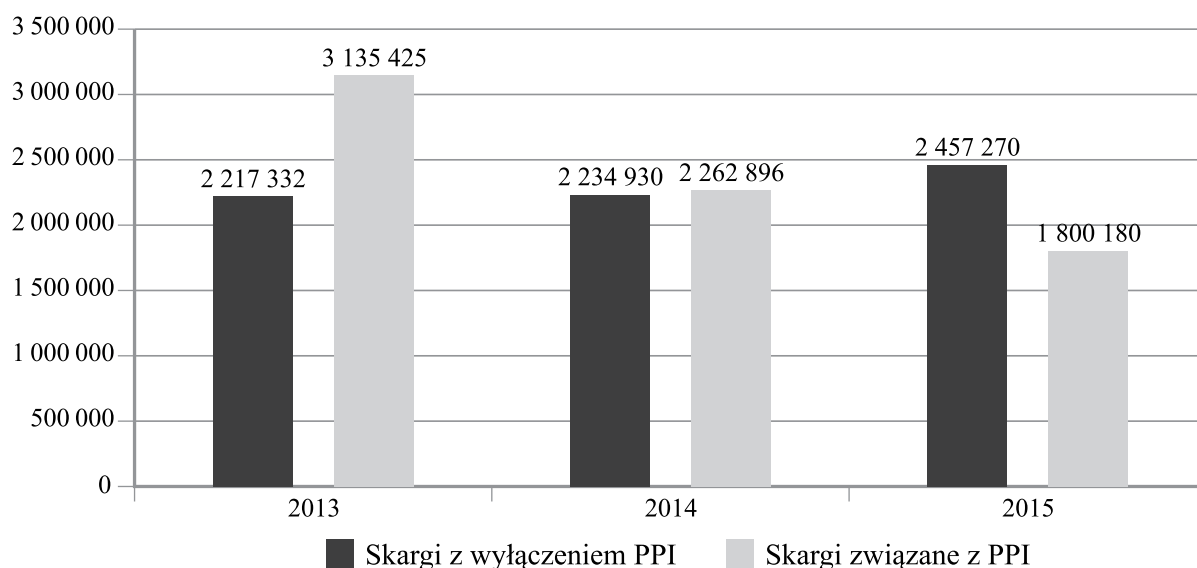
Misselling pozostaje jednym z głównych problemów sprzedaży produktów finansowych w wielu krajach. W Wielkiej Brytanii najczęściej spotykaną formą missellingu jest sprzedaż dodatkowych, zbędnych ubezpieczeń kredytów. Najbardziej jaskrawym przykładem tzw. nieuprawnionej sprzedaży jest ubezpieczenie spłaty zadłużenia (ang. PPI – *Payment Protection Insurance*) [Dunkley 2016]. Banki zmuszają kredytobiorców zaciągających długoterminowe kredyty o znacznej wartości (najczęściej kredyty hipoteczne) do wykupienia polisy ubezpieczenia na życie, tłumacząc, że długi okres spłaty generuje dodatkowe ryzyko. Z reguły nie pozostawiają klientom wyboru między wykupieniem dodatkowego zabezpieczenia a opcją zakładającą skrócenie okresu spłaty z jednoczesną rezygnacją z kosztownej polisy. Zwykle zresztą banki same świadczą usługi *bancassurance* jako komplementarne wobec kredytów, traktując ubezpieczenie jako dodatkowe źródło dochodu. Doliczają bowiem wartość polisy do kapitału kredytu, tłumacząc to „troską o dobro klienta”, tak by koszt polisy nie obciążał kredytobiorcy jednorazowo w chwili uruchomienia

kredytu. W ten sposób jednak polisa, jako część kapitału, podlega oprocentowaniu, co dodatkowo powiększa koszt obsługi zadłużenia.

Drugim po ubezpieczeniach kredytów obszarem missellingu w Wielkiej Brytanii są ubezpieczenia na wypadek zgubienia lub kradzieży kart kredytowych oraz innych zdarzeń losowych związanych z ich wykorzystaniem. Jest to typowe nadużycie wobec klientów, ponieważ ci są odpowiedzialni za takie zdarzenie tylko w ograniczonym stopniu. Umowa o wydanie karty zobowiązuje bowiem jej emitenta do pokrycia szkody z tytułu zgubienia lub kradzieży automatycznie [FCA 2016].

Skalę problemów dotyczących nieuczciwych praktyk rynkowych w Wielkiej Brytanii obrazuje liczba skarg i zażaleń składanych na banki oraz inne instytucje finansowe do władz nadzorczych<sup>3</sup>. W 2015 r. wpłynęło do FCA 4 257 450 zażaleń tylko na działalność instytucji objętych nadzorem finansowym. Wprawdzie w stosunku do roku poprzedniego nastąpił spadek liczby zażaleń o 240 376, ale w grupie skarg na instrumenty poza PPI zanotowano wzrost o 222 340 skarg, czyli o nieco powyżej 9% w stosunku do 2014 r. i ponad 10% względem 2013 r. Znacznemu ograniczeniu uległa natomiast liczba skarg dotyczących ubezpieczenia zadłużenia PPI. W 2015 r. w porównaniu z rokiem poprzednim było o prawie 26% mniej skarg na umowy tego typu, a w stosunku do 2013 r. o ponad 57% [FCA 2016, s. 14]. Poprawa w tym obszarze jest wynikiem zaostrzenia regulacji oraz zwiększenia liczby kontroli (wykres 1).

Wykres 1. Liczba skarg klientów na instytucje objęte nadzorem finansowym w Wielkiej Brytanii w latach 2013–2015

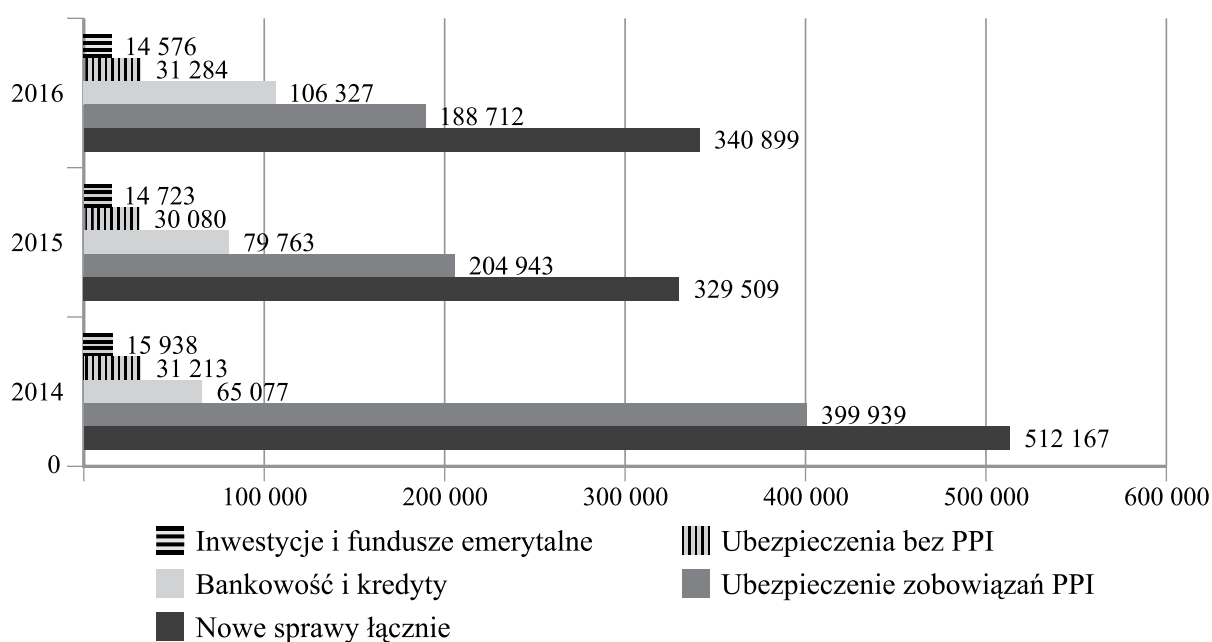


Źródło: [FCA 2016, s. 16].

<sup>3</sup> Nie jest to w pełni miarodajne źródło, gdyż nie wszystkie składane wnioski są uzasadnione. Występują też często długie odstępy między wystąpieniem incydentu a złożeniem skargi, ponadto skargi często dotyczą kilku produktów powiązanych ze sobą.

Oprócz skarg do FCA Brytyjczycy mogą też składać skargi do Rzecznika Finansowego (ang. FOS – *Financial Ombudsman Service*). W tej grupie od 2014 r. zauważa się znaczny spadek liczby skarg. Dotyczył on skarg we wszystkich grupach usług finansowych z wyjątkiem sektora bankowego i kredytów. Podobnie jak w raporcie FCA także tutaj zauważalny jest spadek liczby skarg z tytułu ubezpieczenia zadłużenia PPI. Wyraźne zmniejszenie się liczby skarg biuro Rzecznika zanotowało w 2015 r.<sup>4</sup> W kolejnym roku ich liczba wprawdzie znowu wzrosła, ale tylko nieznacznie (wykres 2).

Wykres 2. Skargi na instytucje finansowe złożone do Rzecznika Finansowego w Wielkiej Brytanii w latach 2014–2016



Źródło: [Financial Ombudsman 2017].

Choć liczba skarg złożonych na nieuczciwe praktyki instytucji finansowych jest jednym z podstawowych sposobów pomiaru zjawiska *missellingu*, należy pamiętać, że nie jest to miara doskonała ze względu m.in. na upływ czasu od momentu zajścia zdarzenia do złożenia skargi. Skarga może dotyczyć niekorzystnej umowy podpisanej nawet kilka lat wcześniej. Liczbę skarg mogą też powiększać nieuzasadnione roszczenia tzw. wiecznie niezadowolonych klientów lub takich, którzy chcą świadomie i z premedytacją wykorzystać swoją wiedzę rynkową do uzyskania nieuprawnionych korzyści.

W ograniczaniu praktyk *missellingu* istotną rolę odgrywa czas rozpatrywania skarg. W Wielkiej Brytanii skuteczność w tym zakresie uległa znacznej poprawie. W 2015 r. czas potrzebny na zamknięcie sprawy skrócił się do czterech i mniej tygodni przy ośmiu i więcej tygodniach w 2014 r. [FCA 2016, s. 15].

<sup>4</sup> Brytyjski Rzecznik Finansowy rozpatruje również skargi na instytucje nie objęte nadzorem finansowym.

### 3.2. Zjawisko missellingu w Polsce

Na polskim rynku produkty wykorzystywane w procesie missellingu przyjmują najczęściej postać inwestycyjnych instrumentów ubezpieczeniowych w formie umów ubezpieczeniowych na życie i dożycie związanych z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym (UFK). Powstały one w efekcie występującego spadku zainteresowania tradycyjnymi produktami oszczędnościowymi, których dochodowość obniża się ze względu na malejące stopy procentowe. Aby zachęcić klientów do oszczędzania, banki wprowadzały do swojej oferty różnego rodzaju długoterminowe produkty o charakterze zabezpieczenia emerytalnego dla wpłacającego i jego rodziny. Rekomendowały je jako produkty o wysokiej stopie zwrotu, jednocześnie zwolnione z obowiązku płacenia podatku dochodowego. Ich konstrukcja nie dawała jednak najczęściej możliwości wcześniejszego wycofania środków, gdyż opłata likwidacyjna w pierwszych latach wynosiła 100% wpłaconego kapitału, a po upływie jednej trzeciej okresu odpowiednio 70% kapitału. Dopiero pod koniec wieloletniego (dziesięcio-, a nawet dwudziestoletniego) okresu realizacji, opłata likwidacyjna obniżała się do poziomu ok. 5% wartości zgromadzonego kapitału. Nieznany był też skład portfela inwestycyjnego ani sposób jego konstrukcji, gdyż był on tworzony w oparciu o na ogół enigmatycznie określony i bliżej niesprecyzowany indeks. Nie pozwalało to na sporządzenie prognozy wartości inwestycji w okresie wykupu.

Rozmiary zjawiska missellingu w ubezpieczeniach skłoniły Rzecznika Finansowego do opracowania raportu dotyczącego nieprawidłowości w konstruowaniu umów na życie i umów z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. Wyniki badań Rzecznika zostały zaprezentowane w tabeli 2.

*Tabela 2. Liczba skarg dotyczących UFK kierowanych do Rzecznika Ubezpieczonych w latach 2010–2015*

L.p.	Rok	Liczba skarg		%
		Dotyczących UFK	Ogółem	
1.	2010	103	11 947	0,86
2.	2011	146	14 356	1,01
3.	2012	515	15 273	3,4
4.	2013	1216	16 516	7,4
5.	2014	1422	15 429	9,2
6.	III kw. 2015	1070	14 273	7,5

Źródło: [Rzecznik Finansowy 2016b, s. 233].



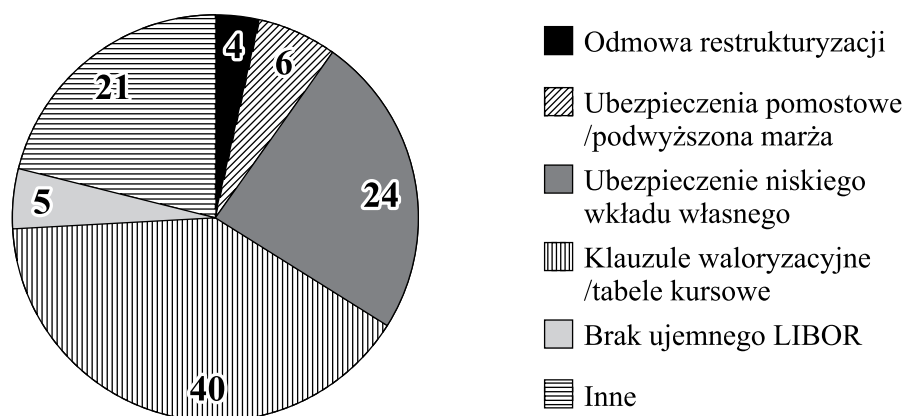
Skargi złożone w Polsce na ubezpieczeniowe produkty rynku kapitałowego stanowią niewielki ułamek liczby skarg składanych w Wielkiej Brytanii. W 2015 r. złożone w Polsce skargi tylko z tytułu nieprawidłowości w umowach o fundusze ubezpieczeniowe z zabezpieczeniem emerytalnym stanowiły zaledwie 7% podobnych skarg w Wielkiej Brytanii.

Kolejnym produktem o wyraźnych znamionach *missellingu* są w Polsce kredyty denominowane lub indeksowane kursem waluty obcej, zwane popularnie kredytami walutowymi. Zastrzeżenia zgłaszane do tych umów dotyczą najczęściej stosowania przez banki:

- wewnętrznych tabel kursowych, na które klient nie ma wpływu, i przeliczania według nich rat kredytów,
- nieprecyzyjnych i niezrozumiałych sposobów zmiany wysokości oprocentowania,
- niewłaściwego obliczania stopy procentowej, nieuwzględniającej ujemnej wartości stopy LIBOR/EURIBOR,
- opłat (składek) z tytułu ubezpieczenia niskiego wkładu własnego,
- niezgodnego z prawem sposobu waloryzowania (indeksowania) kursu walutowego,
- wysokiej różnicy między kursem kupna i sprzedaży (tzw. spreadu),
- sprzedaży pakietowej wymuszającej na kredytobiorcy wykup dodatkowego ubezpieczenia na życie [Rzecznik Finansowy 2016a, s. 6].

Skargi dotyczą także niestosowania się banków do zobowiązań w ramach restrukturyzacji umów kredytowych podjętych w związku z drastyczną podwyżką kursu franka szwajcarskiego, zwanych potocznie sześciopakiem. Udział różnych rodzajów skarg złożonych do Rzecznika Finansowego przedstawia wykres 3.

Wykres 3. Struktura skarg dotyczących tzw. kredytów walutowych w Polsce w latach 2015–2016 (w procentach)



Źródło: [Rzecznik Finansowy 2016a, s. 7].

Najwięcej skarg w zakresie kredytów hipotecznych dotyczy szkód wyrządzonych zastosowaniem wysokiego kursu waluty kredytu (głównie CHF) do złotego oraz

zbyt wysokiego poziomu spreadu. Klienci skarżą się także na wymuszanie przez banki dodatkowego zabezpieczenia kredytu w postaci polisy na życie i włączanie jej wartości do kapitału kredytu.

#### 4. Zmiany w prawie polskim i międzynarodowym

Odpowiedzią na stosowanie praktyk missellingu jest zaostrzenie regulacji dotyczących bezpieczeństwa klientów rynku finansowego i wzmożenie kontroli ich przestrzegania, wykonywanych zarówno przez instytucje nadzoru finansowego, jak i rzeczników praw konsumentów. Celem wprowadzenia regulacji jest:

- zapewnienie odpowiedniej ochrony interesów konsumentów,
- ochrona stabilności i integralności systemu finansowego,
- promowanie w interesie konsumentów skutecznej konkurencji między instytucjami rynku finansowego.

Regulacje biorące w obronę konsumenta powstają na szczeblu międzynarodowym i krajowym. Pierwsze z nich pojawiły się już w połowie lat 70. XX w. W 1975 r. Rada Wspólnot Europejskich wydała *Council Resolution on a preliminary programme of the European Economic Community for a consumer protection and information policy* (Dz. Urz. WE C 92/1 z dnia 25 kwietnia 1975 r.). Przepisy tego prawa dawały konsumentom rękojmię obrony ich interesów przed niewłaściwymi zachowaniami przedsiębiorstw, a zwłaszcza dochodzenia roszczeń i rzetelnej informacji [Wierzbicka 2015]. Na rynku ubezpieczeniowym dużą rolę odegrała dyrektywa wprowadzająca jednolite w krajach UE przepisy dotyczące działalności pośredników ubezpieczeniowych i zobowiązująca ich do dostarczenia klientom pełnej informacji o produkcie jeszcze przed zawarciem umowy (Dyrektywa 2002/92/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 9 grudnia 2002 r. w sprawie pośrednictwa ubezpieczeniowego, Dz. Urz. UE L 9/3 z dnia 15 stycznia 2003 r.). Kolejne dyrektywy dotyczące przestrzegania praw konsumentów w krajach UE dotyczyły kredytów konsumenckich (Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008 r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylająca dyrektywę Rady 87/102/EWG, Dz. Urz. UE L 133/66 z dnia 22 maja 2008 r.), kredytów związanych z nieruchomościami (Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/17/UE z dnia 4 lutego 2014 r. w sprawie konsumenckich umów o kredyt związanych z nieruchomościami mieszkalnymi i zmieniająca dyrektywy 2008/48/WE i 2013/36/UE oraz rozporządzenie (UE) nr 1093/2010, Dz. Urz. UE L 60/34 z dnia 28 lutego 2014 r.) i ubezpieczeń na życie (Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/97 z dnia 20 stycznia 2016 r. w sprawie dystrybucji ubezpieczeń, Dz. Urz. UE L 26/19 z dnia 2 lutego 2016 r.). Wszystkie przytoczone regulacje podkreślają znaczenie informacji w procesie rzetelnej i uczciwej obsługi klienta. Art. 20 ust. 1. dyrektywy UE w sprawie dystrybucji ubezpieczeń formułuje to w następujący sposób: „Przed zawarciem umowy ubezpieczenia dystrybutor ubezpieczeń określa na podstawie informacji otrzymanych od klienta wymagania i potrzeby tego klienta oraz podaje klientowi w zrozumiałej formie obiektywne informacje na temat

produktu ubezpieczeniowego, aby umożliwić temu klientowi podjęcie świadomej decyzji. Każda proponowana umowa musi być zgodna z wymaganiami i potrzebami klienta”.

Przepisy międzynarodowe są implementowane do regulacji krajowych poszczególnych państw. W Wielkiej Brytanii w grudniu 2015 r. sfinalizowany został pakiet przepisów ułatwiających konsumentom korzystanie z rachunków rozliczeniowych i oszczędnościowych [FCA 2015a]. Od dnia 1 grudnia 2016 r. nałożono na instytucje finansowe wymóg przekazywania klientom informacji na temat stóp procentowych oszczędności gotówkowych zarówno w momencie sprzedaży, jak i w całym okresie trwania umowy. Zobowiązano też te instytucje do dokonywania zmiany formy oszczędzania na wyraźne życzenie klienta, jeżeli uzna on, że inny produkt jest dla niego korzystniejszy [FCA 2015b].

Przełomowe znaczenie miało opracowanie we wrześniu 2015 r. zasady dotyczącej sprzedaży wiązanej, która zaczęła obowiązywać od dnia 1 kwietnia 2016 r. Dotyczy ona zakazu sprzedaży produktów dodawanych do umowy podstawowej, przede wszystkim w obszarze produktów ubezpieczeniowych. Przepis ten wprowadzono nie tylko po to, aby zdyscyplinować nieuczciwych sprzedawców, ale również w celu poprawy płatności wśród klientów. Ci bowiem często nie wywiązują się z umów podstawowych, podając jako powód zaprzestania realizacji to, że sprzedawcy zmusili ich do zakupu dodatkowych niechcianych i szkodliwych produktów [FCA 2016, s. 45]. Dla dodatkowych usług ubezpieczeniowych, szczególnie związanych z branżą motoryzacyjną, wprowadzono ponadto we wrześniu 2015 r. tzw. zasadę gwarantowanej ochrony aktywów (ang. GAP – *Guaranteed Asset Protection*). Tego rodzaju ubezpieczenia nie mogą wejść w życie w dniu zakupu. Pozwoli to na uniknięcie nieprzemyślanych zakupów i sprzedaż produktów GAP tylko tym konsumentom, którzy dokonali rozważnego wyboru [FCA 2016, s. 45].

W Polsce problemy missellingu nie zostały tak radykalnie rozwiązane jak w Wielkiej Brytanii. Przepisy odnoszą się głównie do ogólnych warunków umowy i organizacji kontroli nad rynkiem. W szczególności dotyczą ochrony kredytobiorców (Ustawa z dnia 11 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim, tekst jedn. Dz. U. z 2016 r., poz. 1528), organizacji nadzoru finansowego (Ustawa z dnia 21 lipca 2006 r. o nadzorze nad rynkiem finansowym, tekst jedn. Dz. U. z 2017 r., poz. 196), stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (Ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw, Dz. U. poz. 1634) oraz bezpieczeństwa ubezpieczonych (Ustawa z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej, Dz. U. poz. 1844). Ustawa o kredycie konsumenckim wprowadza przede wszystkim obowiązek informowania klientów o wysokości całkowitej kwoty kredytu, całkowitego kosztu obsługi zadłużenia oraz podawania tzw. rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania (RRSO). Ustawa o nadzorze nad rynkiem finansowym reguluje natomiast wysokość kosztów pozaodsetkowych, których maksymalna wysokość może wynosić 25% kwoty zobowiązania oraz 30% pożyczanej kwoty w skali roku. Uniemożliwia w ten sposób ukrywanie kosztów obsługi w postaci opłat i prowizji. Zapisy

ustawy są zatem uzupełnieniem kodeksu cywilnego w obszarze ustalenia maksymalnego poziomu umownych odsetek kapitałowych obwarowanego rygorem dwukrotności odsetek kapitałowych ustawowych, które obecnie wynoszą 10% (art. 358 i 359 k.c.)<sup>5</sup>.

Ostatnie zmiany w tych regulacjach weszły w życie w dniu 17 kwietnia 2016 r. Nowe przepisy – wprowadzone wspomnianą już ustawą o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw – dotyczą zakazu proponowania usług i produktów nieadekwatnych do ich charakteru. Zapis ten, który w swej istocie powinien całkowicie wyeliminować nieuczciwe praktyki sprzedaży usług finansowych, jest sformułowany jednak zbyt ogólnie i pozostawia możliwość dosyć swobodnej interpretacji, pomimo że jego intencją było niedopuszczenie do sprzedaży skomplikowanych instrumentów, których funkcjonowania konsument nie rozumie i które nie są zgodne z jego potrzebami. W myśl powyższej regulacji obowiązkiem sprzedającego powinno być rozpoznanie oczekiwań konsumenta przez scharakteryzowanie jego cech i celu inwestowania, a następnie dobór nie tylko odpowiedniego produktu, lecz także formy dystrybucji zgodnie z dobrymi zwyczajami handlowymi i biznesowymi. Sprzedający zobowiązany jest też do oceny produktów umieszczonych w ofercie pod względem ich przydatności dla określonych grup nabywców. Informacja o produkcie ma być czytelna, aby nie wprowadzać konsumenta w błąd. Celem wprowadzenia regulacji jest bowiem przeciwdziałanie nieetycznym praktykom stosowanym przez instytucje finansowe wykorzystujące niewiedzę i nieporadność konsumentów, aby wyegzekwować wykonanie transakcji, której konsument nie rozumie i która może być dla niego niekorzystna. Tym samym ustawodawca potwierdza konieczność wzięcia pod ochronę słabszych konsumentów (osoby starsze lub w trudnej sytuacji materialnej), którzy z natury rzeczy są częściej narażeni na ryzyko na rynku finansowym.

Prawodawca przewiduje różne sposoby walki z procederem missellingu. Jednym z nich jest możliwość wydawania przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, tzw. decyzji tymczasowych, zobowiązujących instytucje finansowe do usunięcia niezgodnych z obowiązującym prawem klauzul abuzywnych, a nawet do wycofania się ze świadczenia usługi w trakcie jej trwania i zaniechania jej dalszego rozliczania. Postępowanie administracyjne dotyczące stosowania klauzul abuzywnych<sup>6</sup> może być wszczęte z urzędu lub z inicjatywy konsumentów, rzeczników konsumentów, Rzecznika Finansowego oraz organizacji konsumentów, które uzyskują status zawiadamiającego. Powinno się to przyczynić do szybkiego i sprawnego wyeliminowania szkodliwych praktyk w umowach wcześniej zawartych, których skutki już występują.

Należy przy tym podkreślić, że decyzja Prezesa UOKiK obowiązuje nawet po wniesieniu odwołania przez sprzedawcę. W przypadku niezastosowania się przez instytucję finansową do nakazu Prezes UOKiK ma prawo nałożenia na nią sank-

<sup>5</sup> Ustawowe odsetki kapitałowe wylicza się jako sumę stopy referencyjnej NBP plus 3,5 p.p.

<sup>6</sup> Rejestr klauzul abuzywnych znajduje się na stronie UOKiK, [https://www.uokik.gov.pl/rejestr\\_klauzul\\_niedozwolonych2.php](https://www.uokik.gov.pl/rejestr_klauzul_niedozwolonych2.php) (dostęp: 12.08.2016).

cji finansowej w wysokości 10% osiągniętych obrotów. Ma on także prawo do upublicznienia informacji o nieuczciwym sprzedawcy i negatywnych warunkach proponowanych przez niego umów w celu ostrzeżenia potencjalnych nabywców. Aby uniknąć kary, sprzedawca może dobrowolnie zobowiązać się do zmiany klauzul i zaniechać stosowania dotychczasowych, szkodliwych praktyk. Zastosowanie tzw. miękkich działań pozwala na uproszczenie postępowania. Organem orzekającym staje się bowiem Prezes UOKiK, aczkolwiek nadal jego decyzje są kontrolowane pod względem merytorycznym przez Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, będący sądem cywilnym.

Wzrost bezpieczeństwa konsumentów zapewnia także wydłużenie do trzech lat terminu przedawnienia roszczeń dotyczących niedozwolonych praktyk sprzedawcy. Bank ma prawo odwołania się od decyzji Prezesa UOKiK do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który powinien rozpoznać sprawę w terminie do 2 miesięcy od daty otrzymania odwołania.

Prezes UOKiK ma obowiązek udowodnienia winy bankowi w zakresie stosowania niedozwolonych praktyk. Rozwiązaniem, które ma ułatwić mu to zadanie, jest wprowadzenie instytucji tzw. tajemniczego klienta (ang. *mystery shopper*), czyli podstawionego pracownika Urzędu, który udając konsumenta, podejmuje czynności symulujące chęć nabycia produktu, jednocześnie rejestrując przebieg całej operacji. Celem takiego zabiegu jest sprawdzenie zachowania banku w procesie sprzedaży szczególnie pod względem przestrzegania procedur, udzielania rzetelnej informacji i prezentacji oferty. Na przeprowadzenie zabiegu z wykorzystaniem tajemniczego klienta wymagana jest zgoda sądu, który powinien wydać ją w ciągu 48 godzin od złożenia wniosku przez Prezesa UOKiK.

Zwiększenie uprawnień Prezesa UOKiK pozwoli na usprawnienie walki z procederem stosowania niedozwolonych zapisów w umowach finansowych i zwiększenie skutecznego eliminowania szkodliwych praktyk *missellingu*.

## 5. Metody zapobiegania zjawiskom *missellingu* w usługach finansowych

W konsekwencji nowelizacji przepisów w zakresie praktyk *missellingu* stopniowo ulega zmianie polityka sprzedaży produktów finansowych uznanych za nieetyczne. W niektórych przypadkach wprowadzono ścisłą reglamentację wybranych usług (wspomniany wyżej zakaz sprzedaży usług dodatkowych w Wielkiej Brytanii lub zalecenie wycofania z udzielania tzw. kredytów walutowych w Polsce [KNF 2013]), a także dostosowano ofertę do wymagań i potrzeb klientów. Same regulacje nie byłyby jednak wystarczająco skuteczne, gdyby w ślad za nimi nie szła kontrola ich przestrzegania. Zadania te powierzono zarówno państwowym jednostkom nadzoru finansowego, jak i instytucjom ochrony praw konsumenta. Ich zwińczeniem są raporty o stanie rynku różnych usług finansowych, a konsekwencją wykrycia nieprawidłowości – nakładanie kar na podmioty łamiące przepisy.

W Wielkiej Brytanii tylko w latach 2015–2016 skontrolowano 25 000 podmiotów udzielających kredytów i pożyczek konsumenckich oraz rozpatrzono odwołania na

korzyść klientów na łączną wartość 334 mln GBP. Wydano też 185 alertów konsumenckich przestrzegających przed niewłaściwymi praktykami instytucji finansowych i nałożono grzywny na 17 podmiotów na łączną kwotę 4,2 mln GBP [FCA 2016].

*Tabela 3. Łączne kary finansowe nałożone przez FCA w Wielkiej Brytanii w latach 2013–2016*

Nałożone kary finansowe	2013/2014	2014/2015	2015/2016
Liczba ogółem, w tym:	46	43	34
Na podmioty gospodarcze	27	23	17
Osoby fizyczne	19	20	17
Łączna wartość w mln GBP, w tym:	425,0	1 409,8	884,6
Na podmioty gospodarcze	421,1	1 403,1	880,4
Osoby fizyczne	3,9	6,7	4,2

Źródło: [FCA 2016, s. 55].

Brytyjski system ochrony konsumenta przed praktykami missellingu jest bardzo skuteczny. W okresie 2015/2016 agencja FCA, wykorzystując swoje uprawnienia wykonawcze, wydała 151 orzeczeń, w tym: 138 w sprawach cywilnych i 13 w sprawach karnych. Liczba nałożonych kar zmalała o 21% w stosunku do okresu 2014/2015 i o 24% w stosunku do okresu 2013/2014. Wartość kar w stosunku do okresu 2013/2014 wzrosła o 108%, natomiast w stosunku do okresu 2014/2015 zmalała o 37,3%. Jest to m.in. spowodowane wdrożeniem restrykcyjnych regulacji, których wynikiem było cofnięcie zezwoleń na udzielanie kredytów i pożyczek konsumpcyjnych, wprowadzenie zakazu sprzedaży wiązanej oraz nałożenie kar więzienia oraz konfiskaty mienia [FCA 2016, s. 55].

W Polsce w 2014 r. w zakresie nieuczciwych praktyk w związku z dystrybucją ubezpieczeń na życie z UFK Prezes UOKiK wydał cztery decyzje nakładające kary finansowe w łącznej wysokości 50,414 mln zł za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów. Jeden spośród czterech ukaranych przedsiębiorców zamiast zaprzestać pobierania opłat zakazanych przez UOKiK jednostronnie zmienił sposób ich obliczania, dokonując tym samym niezgodnej z prawem, niekorzystnej dla klientów modyfikacji umowy ubezpieczenia. Pokazuje to stosunek polskich przedsiębiorców do stosowania prawa i ich praktyczną bezkarność. Decyzja o nałożeniu kary miała jednak istotne znaczenie dla konsumentów. Dała im wyraźny przekaz, że instytucje ubezpieczeniowe muszą zmienić swoje postępowanie wobec klientów. Pomimo że powinny być postrzegane jako podmioty otaczające klientów opieką, dopuszczają

się wobec nich nadużyć. Decyzje UOKiK pomagają konsumentom w uświadomieniu sobie, że mogą skutecznie dochodzić swoich roszczeń [Rzecznik Finansowy 2016b, s. 4].

W 2015 r. UOKiK prowadził sprawy przeciwko 17 towarzystwom ubezpieczeniowym o przerzucanie na konsumentów kosztów początkowych zawarcia ubezpieczenia. W wyniku prowadzonych postępowań 16 ubezpieczycieli dobrowolnie zobowiązało się do wprowadzenia zmian w umowach w zakresie obniżenia opłat likwidacyjnych [UOKiK 2016].

## 6. Zakończenie

W komercyjnych instytucjach świadczących usługi finansowe, takich jak banki i towarzystwa ubezpieczeniowe, zauważalna jest presja na wzrost wyników finansowych. Chęć powiększenia wielkości sprzedaży za wszelką cenę skłania do nieetycznych zachowań i wymuszania na klientach zakupu niechcianych produktów generujących wysokie koszty obsługi i dodatkowe ryzyko. Klienci coraz liczniej dają wyraz swojemu niezadowoleniu, składając skargi do władz nadzorczych oraz pozwy do sądów.

W efekcie władze zaostrzyły regulacje w zakresie sprzedaży usług finansowych oraz zwiększyły liczbę kontroli i kar dla instytucji finansowych. Dzięki temu zauważono poprawę w relacjach instytucji finansowych z klientami. Efekty te trudno jednak ocenić kompleksowo, szczególnie na rynku polskim, na którym nie prowadzi się regularnych sprawozdań obejmujących w jednym dokumencie różne formy missellingu. W raportach opisane są jednostkowe przypadki nadużyć ze strony poszczególnych podmiotów oraz podawane są informacje o karach nałożonych z tego tytułu. Nie można więc na ich podstawie ocenić mechanizmu nieuczciwych praktyk na rynku finansowym w skali całego rynku krajowego.

Kolejny problem stanowi realizacja wydanych już przepisów zakazujących stosowania missellingu. Pomimo coraz lepszych regulacji występują nadal trudności z faktycznym egzekwowaniem prawa, co obniża skuteczność działań zapobiegających nieetycznym zachowaniom banków i ubezpieczycieli. Samo zaostrzenie regulacji bez wdrożenia skutecznego mechanizmu ich egzekwowania nie wystarcza do wyeliminowania tego procederu. Pozytywnie należy natomiast ocenić sam fakt coraz większej świadomości poszkodowanych klientów, którzy zaczynają powszechnie upominać się o swoje prawa.

## Bibliografia

- Czechowska I.D. (red.), 2016, *Etyka w relacjach instytucji finansowych z gospodarstwami domowymi*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Dunkley E., 2016, *UK banks face more than £1bn in extra PPI costs*, „Financial Times”, <https://www.ft.com/content/2e997baa-5886-11e6-9f70-badea1b336d4> (dostęp: 20.04.2017).

- FCA, 2015a, *Cash savings remedies: Feedback and Policy Statement to CP15/24 and next steps*, [www.fca.org.uk/news/ps15-27-cash-savings-remedies](http://www.fca.org.uk/news/ps15-27-cash-savings-remedies) (dostęp: 1.04.2017).
- FCA, 2015b, *Cash savings: Sunlight remedy*, [www.fca.org.uk/news/cash-savings-sunlight-remedy](http://www.fca.org.uk/news/cash-savings-sunlight-remedy) (dostęp: 1.04.2017).
- FCA, 2016, *Annual Report and Accounts 2015/16*, Financial Conduct Authority, [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/537002/fca\\_annual\\_report\\_15\\_16\\_dot\\_gov.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/537002/fca_annual_report_15_16_dot_gov.pdf) (dostęp: 30.03.2017).
- FCA, *About us*, <https://www.fca.org.uk/about> (dostęp: 12.08.2016).
- Financial Ombudsman, 2017, *Statistics*, [http://www.financial-ombudsman.org.uk/publications/ombudsman-news/139/chart\\_issue139.pdf](http://www.financial-ombudsman.org.uk/publications/ombudsman-news/139/chart_issue139.pdf) (dostęp: 30.03.2017).
- InvestorWords, <http://www.investorwords.com/18753/misselling.html#ixzz4FbZqYNdo> (dostęp: 10.08.2016).
- KNF, 2013, *Rekomendacja S dotycząca dobrych praktyk w zakresie zarządzania ekspozycjami kredytowymi zabezpieczonymi hipotecznie*, Warszawa.
- Krasnodębska-Tomkiel M., 2016, *Misselling, czyli sprzedaż nieetyczna*, „Gazeta Bankowa” nr 6.
- Orlicka J., 2015, *Zakaz stosowania klauzul abuzywnych i missellingu w znowelizowanej ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów*, „Prawo Asekuracyjne” nr 4 (85).
- Rzecznik Finansowy, 2016a, *Analiza prawna wybranych postanowień umownych stosowanych przez banki w umowach kredytów indeksowanych do waluty obcej lub denominowanych w walucie obcej zawieranych z konsumentami. Raport Rzecznika Finansowego*, [https://rf.gov.pl/pdf/Raport\\_RF\\_Kredyty\\_walutowe.pdf](https://rf.gov.pl/pdf/Raport_RF_Kredyty_walutowe.pdf) (dostęp: 10.08.2016).
- Rzecznik Finansowy, 2016b, *Ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. Raport Rzecznika Finansowego. Część II*, <http://rf.gov.pl/pdf/RAPORT%20UFK-CZ%202-WERSJA%20OST-30-03-2016%20pop.pdf> (dostęp: 10.08.2016).
- UOKiK, 2016, *UOKiK zakończył kolejne postępowanie w sprawie opłat likwidacyjnych*, [https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news\\_id=12132&news\\_page=2](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=12132&news_page=2) (dostęp: 2.04.2017).
- Wierzbicka E., 2015, *Ochrona klienta ubezpieczeń w Polsce*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie” nr 2, <http://przedsiębiorstwo.waw.pl/files/78/920/wierzbicka-knop-nr-02-2015.pdf> (dostęp: 20.09.2016).
- Wojnowska S., Gniadek K., 2015, *Miss... co?!?*, „Gazeta Ubezpieczeniowa” z 26 maja 2015, [http://www.gu.com.pl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=56955:miss-co&catid=122&Itemid=153](http://www.gu.com.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=56955:miss-co&catid=122&Itemid=153) (dostęp: 10.08.2016).
- Wyman O., 2011, *Financial Service, Mis-selling in the UK*, <https://web.actuaries.ie/sites/default/files/event/2011/07/111020%20ERM%20Forum%20-%20Daniel%20Mikkelsen.pdf> (dostęp: 20.09.2016).



## *Misselling – the sale of unnecessary financial instruments and its effects. Legal status in Poland and Great Britain*

**Abstract.** In many countries courts, financial supervisory institutions and security institutions receive increasing number of complaints about fraudulent practices of financial institutions, which sell products unsuitable for the needs and capabilities of customers, and are in most cases unnecessary. This procedure is called misselling. It most often occurs in case of a tie-in sale which entails such instruments as credit, payment cards, or deposits supplemented by a specific form of insurance. Products bearing the hallmarks of misselling expose customers to unnecessary risks and bring about additional handling costs. This has caused the need to tighten regulations related to the sale of financial products. The article explains the concept of misselling and provides its examples both in Poland and Great Britain. It also describes amendments to the provisions in this area and the ways in which they are enforced in both countries.

**Keywords:** misselling, financial products, complaints, Financial Ombudsman.

**JEL Codes:** G21, G22.