MAGAZYN
NUMER ISSN 2449-6464

7|2018

# promeritum

MAGAZYN KREDYTU KONSUMENCKIEGO

ONLINE

PRAWA KONSUMENTA

CONSUMER FINANCE

BEZPIECZNY PESEL

REJESTR KNF

FRAUDY

FINTECH

# Egzamin dojrzałości na 20-lecie rynku

Digital lending w Polsce cieszy się coraz większym zaufaniem. Z rynku znikają firmy nieradzące sobie z obowiązkami, których przybywa. Rynek consumer finance to miejsce tylko dla profesjonalistów z dostępem do solidnego finansowania

ARENA TAX

## DORADZTWO PODATKOWE

- specjalizacja w branży finansowej
- proaktywne wsparcie biznesu
- kompleksowe wdrażanie rozwiązań

WWW.ARENATAX.PL

Grupa **ARENA TAX**

efektywne rozwiązania dla branży finansowej

ANTA**RECO**

## USŁUGI KSIĘGOWE

- specjalizacja w branży finansowej
- prowadzenie ksiąg i sprawozdawczość
- doradztwo księgowe i przegląd ksiąg
- międzynarodowy zasięg usług

WWW.ANTARECO.COM

ul. Bukowińska 22B 02-703 Warszawa office@arenatax.pl

**GRUPA ARENA TAX**
**Michał Musielak**
+48 504 138 118

**ARENA TAX**
**Joanna Deutryk**
+48 503 631 355

ANTA**RECO**
**Agata Grzybek**
+48 504 306 838

# Odpowiedzialność to wolność

Instynkt wskazuje nam obowiązki, inteligencja zaś dostarcza sposobności by uchylać się od nich - Marcel Proust znawcą człowieka i wielkim pisarzem był. To wyjątkowe wydanie Promeritum – długo wyczekiwane, przez co pewnie nabierze wartości kolekcjonerskiej. Ostatni rok był niezwykle pracowity i emocjonujący dla firm z sektora pozabankowego kredytu konsumenckiego. Dziś już można pisać, że ten rynek jest nie tylko pełnoprawnym uczestnikiem consumer finance, ale także regulowanym i z rosnącym zaufaniem. Zdaliśmy „egzamin dojrzałości" – artykuł na ten temat znajdą Państwo w tym numerze Promeritum. Nie uchylaliśmy się od obowiązków, a inteligencja podpowiadała nam, że jest to słuszna decyzja. Dzięki temu dzisiaj straszne są tylko absurdalne pomysły. Ich identyfikacja to ciężka praca, która procentuje.

Rok 2017 był okresem zmian w prawie, ale także ważnych decyzji personalnych (nie tylko w rządzie), które mamy nadzieję – pozytywnie wpłyną na kontynuację pasma sukcesów liderów rynku, na którym wyrosła profesjonalna konkurencja. Pozabankowy kredyt konsumencki to biznes wymagający precyzyjnej kalibracji, wyważenia interesu finansowego i społecznego. Te instytucje, które to rozumieją, będą się rozwijać. Za to wyniki finansowe pokazują, że dynamika wzrostu wyhamowuje. Świadczy to o częściowym nasyceniu rynku, a to wymusza inwestycje w nowe kanały pozyskiwania klientów i być może poszukiwanie nowych rozwiązań. Chcąc nie chcąc, instytucje pożyczkowe są zatem skazane na Fintech – obszar, gdzie wygrywa innowacja.

Zmienia się także Promeritum. Papierowe wydanie nie zniknie, a wręcz zyska internetową siostrę – w dniu wydania tego numeru uruchomiliśmy serwis Promeritum.online.

Stefan Kisielewski mawiał, że najtrudniej zbić argumenty kogoś, kto mówi nie na temat. Celem Promeritum niezmiennie pozostaje dostarczanie merytorycznej amunicji. Zapraszam zatem nie tylko do lektury, ale także do polemiki.

Serdecznie zapraszam do lektury
Łukasz Piechowiak
redaktor naczelny

## Spis treści


**WYDARZENIA**

**6** Pakiet komorniczy
**9** Fake news to nowa rzeczywistość
**10** Niezwykle szybko postępująca rewolucja w podatkach
**13** Polak bogaty i biedny zarazem
**14** Czy Polacy są gotowi na PSD II?
**17** Jak ubezpieczyć 3 mln klientów firm pożyczkowych?
**18** Rośnie zaufanie do firm pożyczkowych
**19** Powstał Rejestr Instytucji Pożyczkowych przy Komisji Nadzoru Finansowego
**21** Ważne zmiany w największych instytucjach pożyczkowych
**22** Polski Fintech na prestiżowej liście 2017 KPMG Fintech 100

**WYWIADY**

**24** Milion dolarów to za mało, by otworzyć firmę pożyczkową
**53** Już ponad 55 firm pożyczkowych współpracuje z BIK
**58** Stabilność finansowa, czyli Mintos

**PRAWO**

**45** UOKiK a reklama kredytu konsumenckiego
**48** Rozpatrywanie reklamacji przez firmę pożyczkową
**49** Nowe wyzwania w zakresie ochrony danych osobowych
**51** Reklama kredytu konsumenckiego: nowe obowiązki kredytodawcy i pośrednika kredytowego

**RYNEK**

**28** Banki migrują do smartfonów
**35** Skutki digitalizacji w sektorze finansowym
**37** W pogoni za leadem
**39** Świeże spojrzenie na firmy pożyczkowe
**41** Perspektywy rozwoju alternatywnego rynku pożyczkowego w Polsce na tle europejskim
**56** Zarządzanie ryzykiem kredytowym - serce i siła firmy pożyczkowej
**60** Zdaliśmy egzamin dojrzałości
**61** Co powinny zrobić ofiary kradzieży tożsamości?


promeritum
MAGAZYN KREDYTU KONSUMENCKIEGO

# Bezpieczny PESEL

**W celu ochrony konsumentów CRIF Services Sp. z o.o., we współpracy z Polskim Związkiem Instytucji Pożyczkowych, oferuje system, w którym można zastrzec swój numer PESEL. Dzięki temu informacja o zastrzeżeniu danych będzie dostępna dla wszystkich pożyczkodawców uczestniczących w systemie.**

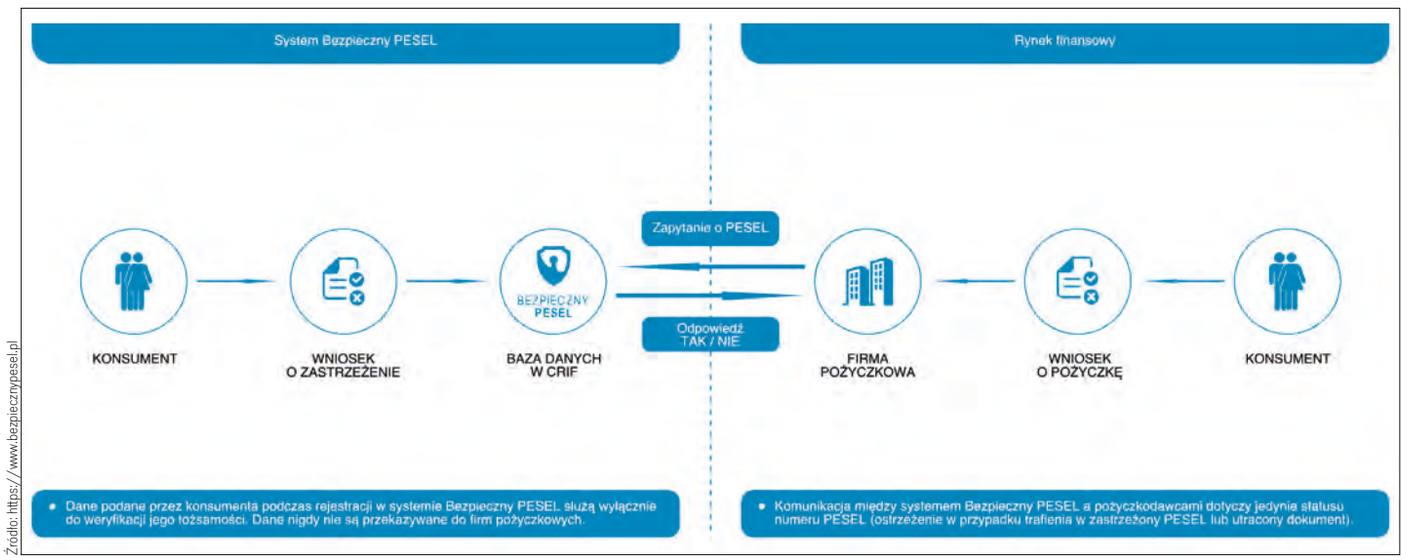
**Polski Związek Instytucji Pożyczkowych**

Wpisanie danych na portalu www.bezpiecznypesel.pl powoduje, że uczestnicy systemu CreditCheck są poinformowani, że dana osoba nie planuje zaciągania pożyczki., co ułatwia zapobieganiu oszustwom i wyłudzeniom. Utrudni to zaciągnięcie zobowiązania osobie, która jest lub znajdzie się w posiadaniu cudzych danych.

**Fundamentem rozwiązania są następujące usługi:**

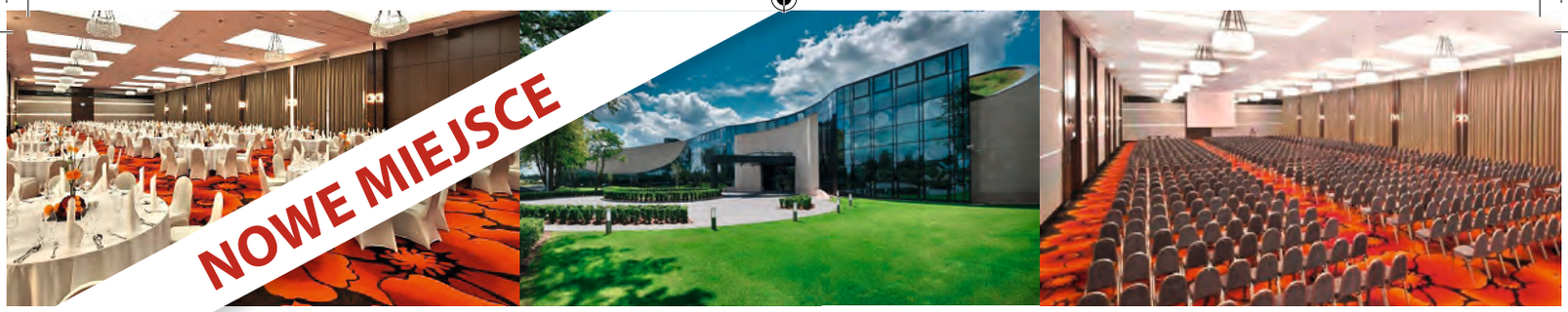
- Usługa zastrzeżenia – polegająca na umożliwieniu użytkownikowi zastrzeżenia numeru PESEL jako informacji dla kredytodawcy, że zastrzegający w okresie obowiązywania zastrzeżenia nie będzie składać wniosków o zawarcie, ani też zawierać umów kredytowych. Potencjalny wniosek o zawarcie umowy kredytowej zawierający zastrzeżony numer PESEL, złożony kredytodawcy w okresie obowiązywania zastrzeżenia, może nie stanowić wniosku osoby posiadającej zastrzeżony numer PESEL.
- Usługa zgłoszenia utraty – polegająca na umożliwieniu użytkownikowi zastrzeżenia numeru PESEL jako informacji dla kredytodawcy, że zastrzegający utracił dokument tożsamości i istnieje ryzyko wykorzystania jego danych w procesie wnioskowania o kredyt.

Wszyscy uczestnicy platformy Credit Check mają dostęp do informacji o zastrzeżonych numerach PESEL. Rozwiązanie patronatem objął Polski Związek Instytucji Pożyczkowych reprezentujący większość rynku internetowych instytucji pożyczkowych, uznając system Bezpieczny PESEL za ważne narzędzie do dalszej poprawy jakości portfela kredytu konsumenckiego, generowanego przez instytucje pożyczkowe i przeciwdziałania zjawisku nadmiernego zadłużenia w Polsce.




Źródło: https://www.bezpiecznypesel.pl

Schemat działania usługi Bezpieczny PESEL



NOWE MIEJSCE

APRIL CONSUMER CREDIT DAYS

Termin: 26-27 kwietnia 2018

Miejsce: Hotel Warszawianka Jachranka 77, Serock

# KONFERENCJA POŚWIĘCONA PROBLEMOM ZARZĄDZANIA NALEŻNOŚCIAMI W INSTYTUCJACH DZIAŁAJĄCYCH W SEKTORZE BUSINESS TO CONSUMER

III EDYCJA

- Udostępnienie forum do dyskusji dla najbardziej opiniotwórczych gremiów z branży Business to Consumer w sektorze B2C
- Stworzenie platformy wymiany doświadczeń na temat zarządzania ryzykiem kredytowym
- Baza wiedzy i najlepsze praktyki dla menadżerów zarządzających należnościami
- Aktualne tematy i innowacyjne rozwiązania
- Niepowtarzalna baza kontaktów biznesowych
- Prestiżowe spotkanie przedstawicieli sell-side i buy-side
- Efektywnie spędzony czas w pięknie położonym hotelu w okolicach Warszawy

POLSKI ZWIĄZEK INSTYTUCJI POŻYCZKOWYCH

zoomevents

POLSKI ZWIĄZEK ZARZĄDZANIA WIERZYTELNOŚCIAMI

## Pakiet komorniczy

Na pakiet komorniczy składa się ustawa o komornikach i ustawa o kosztach egzekucji komorniczych. Reforma ma głęboki i rewolucyjny charakter. Ministerstwo Sprawiedliwości zaproponowało szereg zmian, które w istotny sposób zmienią sposób działania komorników.

Celem jest zwiększenie transparentności, wprowadzenie skuteczniejszych metod kontroli i odwołania komornika, umożliwienie ochrony dłużnika przed błędami administracyjnymi, a także urealnienie "dochodów" kancelarii komorniczych. Ustawa kierunkowo jest popierana i oczekiwana zarówno przez społeczeństwo i biznes.

Jak każdy duży projekt również ten nie był wolny od kontrowersji. Jedną z nich wywoływało brzmienie artykułu 24 ust. 4 zgodnie, z którym opłatę w wysokości 150 zł komornik pobierałby od wierzyciela bez względu na skuteczność podjętej egzekucji.

Zdaniem przedstawicieli biznesu zapis ten, ze względu na koszty, uniemożliwiałby egzekucję niskokwotowych długów a to negatywnie odbiłoby się na wycenie portfeli wierzytelności. W toku pracy Komisji Sprawiedliwości i Praw Człowieka uwzględniono obawy i uwagi przedstawicieli biznesu - posłowie Prawa i Sprawiedliwości zaproponowali wyłączenie, które zwalnia z opłaty egzekucyjnej wierzyciela, w sytuacji gdy postępowanie egzekucyjne zostało wszczęte przed upływem 2 lat od powstania tytułu egzekucyjnego. Poprawka znalazła się w projekcie ustawy skierowanym na posiedzenie plenarne.

## Provident dołącza do systemu Bezpieczny PESEL

System umożliwia każdemu, kto nie zamierza sięgać po pożyczki na rynku pozabankowym, bezpłatne zastrzeżenie swoich danych. W ten sposób można się uchronić przed działaniem oszustów. Weryfikację numerów PESEL w bazie przeprowadza już blisko 20 firm pożyczkowych, a do ich grona dołączył Provident Polska.

– Przez ostatnie miesiące z zainteresowaniem przyglądaliśmy się temu rozwiązaniu. Uważamy, że może ono pełnić ważną rolę w zakresie zapobiegania wyłudzeniom pożyczek na cudze dane. Chociaż skala tego problemu w firmie Provident nie jest duża, to staramy się robić wszystko, by takie przypadki eliminować. Dlatego zdecydowaliśmy się dołączyć do inicjatywy Bezpieczny PESEL – mówi Marek Białkowski, dyrektor Biura Ryzyka Kredytowego Provident Polska.

# Polski Związek Instytucji Pożyczkowych wspiera działania prokonsumenckie

Związek Firm Pożyczkowych zmienił nazwę na Polski Związek Instytucji Pożyczkowych – nazwa została zatwierdzona przez Krajowy Rejestr Sądowy. Organizacja wprowadza także nowe logo i statut.

Zmiana nazwy ma charakter porządkujący kwestie właściwego nazewnictwa. W marcu 2016 roku weszły w życie przepisy regulujące zasady działania firm pożyczkowych. Firmy udzielające pozabankowego kredytu konsumenckiego, spełniające szczegółowe wymogi informacyjne, prawno-organizacyjne oraz kapitałowe, muszą posługiwać się nazwą „instytucja pożyczkowa". Dodatkowo, w ramach ustawy o kredycie hipotecznym przy Komisji Nadzoru Finansowego w lipcu 2017 roku uruchomiono Rejestr Instytucji Pożyczkowych. Innymi słowy, jest to nazwa właściwa dla podmiotów, które do tej pory zrzeszał Związek Firm Pożyczkowych.

– Wprowadzenie do porządku prawnego definicji instytucji pożyczkowych, a także uruchomienie publicznego rejestru jest wynikiem długiego procesu wprowadzania nowych podmiotów pozabankowych na rynek finansowy jako jego pełnoprawnych uczestników. „Stara" nazwa nie korespondowała już ze stanem faktycznym – instytucje pożyczkowe to nie są zwykłe firmy, lecz regulowane podmioty. Nazwa to nie wszystko – wraz z rozwojem branży również nasza organizacja nabrała doświadczenia. Działamy na rynku już ponad 5 lat, zrzeszamy ponad 30 członków posiadających 90% udziałów w rynku pozabankowego kredytu konsumenckiego udzielanego w internecie oraz współpracujemy z organizacjami zagranicznymi – stwierdza Jarosław Ryba, prezes zarządu Polskiego Związku Instytucji Pożyczkowych.

Polski Związek Instytucji Pożyczkowych wspiera dobre praktyki, wyznacza standardy, a także gromadzi dane o rynku, które udostępniane są publicznie w formie raportów. Dodatkowo prowadzimy działalność edukacyjną w ramach współpracy z uczelniami wyższymi oraz działalność wydawniczą – PZIP jest wydawcą magazynu o kredycie konsumenckim „Promeritum".

Źródło: Polski Związek Instytucji Pożyczkowych

**Jarosław Ryba**

Oprócz innej nazwy wprowadzone zostały również zmiany w statucie – działalność prokonsumencka została oficjalnie wpisana jako jeden z obszarów działalności Polskiego Związku Instytucji Pożyczkowych.

– Od początku zawiązania działalności realizowaliśmy zadania prokonsumenckie. Prowadzimy infolinię dla pożyczkobiorców, działalność edukacyjną, ale nie tylko. W marcu 2017 roku wspólnie z firmą CRIF uruchomiliśmy w pełni darmowy system Bezpieczny PESEL do zastrzegania danych osobowych przez osoby, które nie chcą zaciągać pożyczek lub podejrzewają, że padły ofiarą kradzieży tożsamości. Jako związek pracodawców wychodzimy z założenia, że działalność prokonsumencka nie może mieć fasadowego charakteru, lecz powinna pociągać za sobą realne działania, które konsekwentnie realizujemy. Oficjalne wpisanie tego obszaru działalności do statutu na stałe wyznaczy kierunki rozwoju naszej organizacji – dodaje Ryba.

POLSKI ZWIĄZEK INSTYTUCJI POŻYCZKOWYCH

# Kredyty-Chwilówki zamykają placówki

Zarząd spółki Pośrednictwo Finansowe Kredyty-Chwilówki poinformował dzisiaj pracowników oraz partnerów biznesowych o tym, że nie będzie prowadził biur obsługi klienta. Na początku grudnia firma zatrudniała 1467 osób. Pomimo zamykania placówek wszystkie osoby, które wzięły w firmie pożyczkę są zobowiązane do jej spłaty. – Spółka pośredniczyła w udzielaniu pożyczek w 263 biurach w całej Polsce. Wszystkie placówki już od 1 lutego będą zamknięte, a klienci poinformowani o spłatach poprzez indywidualne konta bankowe. Spółka nadal będzie zajmowała się windykacją należności, pozostawiając w strukturach tylko wybrane działy – informuje Grzegorz Czebotar, prezes spółki.

Źródło: Twitter

Pośrednictwo Finansowe Kredyty-Chwilówki w 2017 r. odnotowało niższe o 19 proc., przychody, a koszty wzrosły o 6 proc. Istotny wpływ na pogorszenie sytuacji finansowej pośrednika miało trafienie spółki na listę KNF w 2012 roku. Prokuratura do dzisiaj nie rozstrzygnęła prowadzonego na wniosek KNF postępowania. Prowadzi je od 5 lat, co uniemożliwia spółce skorzystanie z zewnętrznych źródeł finansowania takich jak kredyty, obligacje, gwarancje bankowe. Obecność na liście uniemożliwia także spółce sprzedaż produktów bankowych.

Zarząd spółki jeszcze w zeszłym roku prowadził intensywne rozmowy z potencjalnymi inwestorami, mające doprowadzić do rozwiązania trudnej sytuacji, w jakiej obecnie znajduje się spółka.

# Creamfinance wygrało II Turniej charytatywny „Gramy dla Dzieciaków!"

Niedzielny poranek można spędzić w domowych pieleszach, kościele, centrum handlowym albo… na charytatywnym turnieju piłkarskim segmentu fintech!

Nie było to zwykłe kopanie piłki. W ramach turnieju „Gramy dla Dzieciaków!" spotkali się: Loando, AASA Polska, Vivus, Creamfinance i Biuro Informacji Gospodarczej ERIF. Mecze rozgrywano systemem „każdy z każdym". Spotkania odbyły się w duchu przyjaźni i zgodnie z zasadami fair play. Jednak gra była zacięta – odstawiania nogi nie było. Cel wszystkich uczestników był jeden – tylko zwycięstwo.

Parafrazując znane powiedzenie piłkarskie, można rzec, że „już na rozgrzewce było widać, że z Creamfinance nie ma żartów". Tak też się stało, bo drużyna z logo LendOn na spodenkach wygrała turniej. Druga – AASA zdobyła taką samą liczbę punktów, jednak strzeliła mniej bramek. Podium zamknęło Loando. Tu można mówić o wielkim niedosycie, ponieważ drużyna dowodzona przez Tymona Zastrzeżyńskiego w zeszłym roku sięgnęła po złoto. Czwarte miejsce zajął ERIF, piąte – Vivus.

Po części sportowej odbyła się licytacja. Na aukcji wystawiono: koszulkę meczową zawodnika Legii Warszawa i reprezentacji Polski, Łukasza Brozia, piłkę podpisaną przez zawodników Polonii Warszawa, obraz Magdy Frej i książkę Karoliny Cwaliny. Pieniądze przekazano Stowarzyszeniu Pielęgniarsko-Opiekuńczemu „Z Ufnością w Trzecie Tysiąclecie", które pomaga dzieciom z wadami serca, uszkodzeniami neurologicznymi, wrodzonymi wadami genetycznymi i wadami związanymi z FAS oraz FAE. W sumie zebrano 26 600 zł.

Jest niemal pewne, że w przyszłym roku odbędzie się kolejna, trzecia edycja turnieju „Gramy dla Dzieciaków!".

– Jestem bardzo szczęśliwa, że udało mi się zorganizować turniej, a zebrane fundusze przekazać podopiecznym Stowarzyszenia Pielęgniarsko-Opiekuńczego „Z Ufnością w Trzecie Tysiąclecie". Nie spoczywam na laurach i rozpoczynam przygotowania do kolejnej edycji – mówi Martyna Długoszewska, WAMPR.

System Bezpieczny PESEL ruszył w marcu 2017 roku. Umożliwia każdemu konsumentowi bezpłatne zastrzeżenie swoich danych, np. w sytuacji gdy jego dokumenty zostały skradzione lub po prostu na wszelki wypadek. Zapisanie danych w bazie jest równoznaczne z deklaracją, że dana osoba nie zamierza zaciągać pożyczek na rynku pozabankowym. Jeśli ktoś inny, posługując się jej danymi, będzie próbował wziąć taką pożyczkę w jednej z firm korzystających z systemu, spotka się z odmową. System Bezpieczny PESEL został stworzony przez firmę CRIF Services we współpracy z Polskim Związkiem Instytucji Pożyczkowych. CRIF to wiodący dostawca informacji kredytowej na świecie. Z usług firmy korzysta ponad 6300 banków i instytucji finansowych w ponad 50 krajach.

SYSTEM BEZPIECZNY PESEL

Warto podkreślić, że przesyłane za pośrednictwem strony BezpiecznyPesel.pl dane są szyfrowane. Jak to działa? Firmy pożyczkowe na etapie weryfikacji wniosków przesyłają zapytanie, czy podany we wniosku numer PESEL nie należy do klienta, który zastrzegł swoje dane w systemie BezpiecznyPesel.pl. System przesyła im odpowiedź: tak lub nie i to jedyna informacja, którą otrzymują. Dołączenie Providenta do grona firm korzystających z systemu Bezpieczny PESEL z pewnością przyczyni się do większej ochrony konsumentów. Firma ma bowiem blisko czterdziestoprocentowy udział w rynku pożyczek pozabankowych udzielanych poza Internetem, co zawdzięcza 20-letniej obecności na rynku, szerokiej ofercie oraz wysokim standardom obsługi klienta. Provident Polska obsługuje rocznie ok. 700 tys. klientów.

## Czy wiesz, że...?

Przeciętne wynagrodzenie w sektorze przedsiębiorstw na koniec 2017 roku wyniosło 4973 zł brutto, czyli 3630 zł netto. Liczba pracujących w firmach zatrudniających powyżej 9. pracowników przekroczyła 6 mln osób.

Ekonomiści szacują, że dynamika wzrostu wynagrodzeń w 2018 roku będzie bardzo wysoka. Z badań NBP-u wynika, że blisko co trzecia firma w Polsce planuje podnieść pensje swoim pracownikom.

## PZIP partnerem LendingUP!

LendingUP! to wydarzenie mające na celu zbudowanie silnej, elitarnej społeczności najlepszych managerów działających w branży pożyczkowej na rynkach Europy.

Już 15 marca 2018 roku w Pradze startuje międzynarodowa konferencja LendingUP! organizowana przez evolynx, na której spotkają się przedstawiciele innowacyjnych Fintechów, banków i pożyczkodawców pozabankowych. Swój udział w konferencji LendingUP! zapowiedziało aż 80 przedstawicieli z najbardziej innowacyjnych firm sektora finansowego.

Celem konferencji jest stworzenie branżowej platformy do współpracy – wymiany myśli, doświadczeń i idei. Partnerem instytucjonalnym LendingUP! został Polski Związek Instytucji Pożyczkowych.

W trakcie dwudniowej konferencji LendingUP! uczestnicy konferencji będą mogli wziąć udział w 14 prezentacjach, 4 dyskusjach panelowych i 1 warsztacie podczas, których paneliści przedstawią aktualne trendy w branży pożyczkowej. Program LendingUP! gwarantuje ponad 10 godzin na spotkania networkingowe, które będą doskonałą okazją do pogłębienia swojej wiedzy o doświadczenia kolegów i koleżanek z innych firm i krajów. Nie zabraknie też miejsca na dyskusję na temat partenrstw biznesowych między fitnechami, firmami pożyczkowymi i bankami.

## Inflacja w Polsce

Inflacja na koniec 2017 roku wyniosła 2,5% rok do roku – podał Główny Urząd Statystyczny. Szybciej rosną ceny żywności, która w porównaniu z ubiegłym rokiem jest już o ponad 5% droższa. Wyższe ceny notują praktycznie wszystkie kategorie towarów.

Okres deflacji trwał w Polsce przez 28 miesięcy i zakończył się w grudniu ubiegłego roku. 2017 rok to powrót do inflacji, której wskaźnik zbliżył się do celu wyznaczonego przez NBP. Wzrost cen to nie tylko efekt bazy, ale także poprawy koniunktury – przekonują eksperci.

W związku ze wzrostem inflacji pojawiają się głosy o możliwym podniesieniu stóp procentowych. Ekonomiczni bukmacherzy obstawiają, że do pierwszych podwyżek dojdzie dopiero w 2019 roku.

Źródło: Pixabay

# Alternatywne formy finansowania

Sektor fintech silnie rozwija się w obszarach nie do końca uregulowanych prawnie. Jednym z nich jest współdzielenie pożyczek, które szturmem podbija polski rynek. Inwestowanie w pożyczki na platformach typu Mintos to w praktyce czysta definicja fintechu. Co zatem jest nie tak?

Pożyczki społecznościowe nie zawojowały polskiego rynku. Najstarsza taka inicjatywa działa w Polsce od 8 lat. Według szacunków z początku 2016 roku wartość polskiego rynku pożyczek społecznościowych wynosiła ok. 40 mln zł. Najbardziej optymistyczne analizy mówią o ok. 100 mln zł. Nie jest to rewelacyjny wynik.

Polacy z różnych powodów niechętnie podchodzą do pożyczek społecznościowych. Tymczasem na świecie rynek ten wyceniany jest na ponad 70 mld dolarów! Rośnie on w takim tempie, że eksperci szacują, iż osiągnie on wartość 1 bln dolarów już w 2025 roku. Nad Wisłą sprawa wygląda trochę inaczej. Pomijając kwestie kulturowe, pożyczki społecznościowe rozwijają się najszybciej w tych regionach świata, gdzie instytucje finansowe „odpuściły" rynek mikrokredytu.

Platfromy p2p lending mają wszystkie cechy fintechów: własne metody obliczania zdolności kredytowej, modele scoringowe, wykorzystywanie szybkich przelewów i podejmowanie szybkich decyzji kredytowych. Znacznie się wyróżniają na tle banków, które nawet jeśli nie były zacofane technologicznie, to nie oferowały niskokwotowych kredytów na krótkie okresy.

W Polsce sytuacja wygląda inaczej – banki i instytucje pożyczkowe są bardzo zaawansowane technologicznie i uzupełniają swoją ofertę. Jeśli ktoś ma zdolność kredytową, to finansowanie może zapewnić sobie w ciągu kilkunastu minut, wliczając w to czas potrzebny na przejrzenie różnych ofert obecnych na rynku. Szybkość i mniejsza uciążliwość przesądziły o sukcesie. Nie wyklucza to, że p2p lending rozwinie skrzydła po implementacji platformy PSD2, która umożliwi m.in. zmianę modelu dystrybucji.

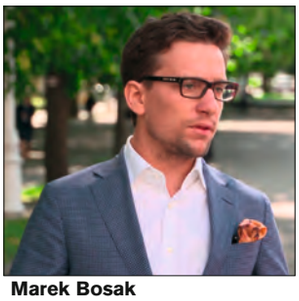
Model znany z p2p lending z powodzeniem zaadaptowały takie firmy, jak Mintos, które stworzyły platformy do inwestycji w pożyczki. Jest to rozwiązanie genialne w swojej prostocie – dostarcza bieżącego finansowania instytucjom pożyczkowym, które w zamian za to dzielą się zyskiem ze sprzedaży konkretnych kredytów. Kłopot w tym, że istnieją silne przesłanki, iż regulatorowi się to nie spodoba i zacznie wymagać licencji lub innego rodzaju pozwoleń na prowadzenie tego typu działalności.

Polski nadzór ma świadomość, że sektor fintech wymaga niestandardowego podejścia. Jesteśmy w procesie zmian, które na lata wyznaczą kierunki rozwoju polskiego sektora fintech. Nikomu raczej nie zależy na tym, by wylewać dziecko z kąpielą. Rynek będzie się rozwijać niezależnie od obecności na nim naszego kraju.

Na początku października w Centrum Nauki Kopernik odbyła się konferencja „Alternative Finance Forum", organizowana przez Fundację Microfinance Centre i European Investment Bank Institute. Jednym z jej głównych tematów były kwestie regulacyjne, które ukształtowałyby politykę alternatywnych finansów. Jednym z partnerów konferencji był Polski Związek Instytucji Pożyczkowych.

Źródło: Pixabay

# *Fake news* to nowa rzeczywistość. Jak stawić im czoła?


Marek Bosak

Przedsiębiorstwa narażone są na ataki wymierzone w biznes również przy użyciu metod tzw. wojny informacyjnej. Najbardziej narażone są firmy odnoszące sukces. Prawie natychmiast stają się one obiektem ataków. Wykreowanie nieprawdziwej informacji godzącej w dobre imię i szkodzącej interesom firmy jest niezwykle proste.

Zdaniem Marka Bosaka, dyrektora komunikacji w Vivus Finance, w biznesie mamy do czynienia z dwoma rodzajami fake newsów. Pierwszy to kolportowanie nieprawdziwych informacji na zlecenie. Jest to tzw. czarny PR. Drugi rodzaj fake newsów wynika z powszechnego dostępu do informacji, który w dobie internetu spowodował, że obecnie mamy ich zbyt wiele. To sprawia, że na temat dowolnej firmy w dowolnym czasie można wykreować praktycznie dowolny rodzaj informacji.

– W zasadzie na temat każdej dużej firmy możemy wybrać trzy ze stu informacji dostępnych na rynku, zestawić je, dodać narrację i wyprodukować na ten temat bardzo ładny fake news, który zacznie się rozchodzić w mediach. To są wiadomości, do walki z którymi firmy są najbardziej nieprzygotowane - mówił Bosak.

Przesyt informacji powoduje, że do właściwej interpretacji trzeba coraz lepszych specjalistów. Wiele fake newsów powstaje na skutek manipulacji, ale spory odsetek to także niezamierzone fake newsy wynikające z niezrozumienia tematu. Nie każdy jest specjalistą w każdej dziedzinie, ale każdy ma prawo do komentowania wszystkiego – efekty są takie, że internet przeładowany jest wpisami blogowymi zbudowanymi w oparciu o popularne mity.

Zdaniem ekspertów skala problemu zwiększa się. Dochodzi także do rozmycia odpowiedzialności na skutek większej popularności mediów społecznościowych. Coraz trudniej zidentyfikować źródło nieprawdziwej informacji, a nawet jeśli jest to możliwe, pociąganie do odpowiedzialności cywilnej osób, które tylko „puściły tweeta" jest kosztowne, problematyczne, wymaga determinacji i konsekwencji. Nie każdy może sobie na to pozwolić.

Niestety, większość przedsiębiorców reaguje zbyt późno. Pierwsze procedury też pojawiają się dopiero po pierwszym kryzysie. Walka z fake newsami jest trudna, ale firmy nie są bezbronne – wiele rodzajów ryzyka nie zmaterializuje się, gdy zareagujemy odpowiednio wcześnie. Na rynku istnieją narzędzia, które umożliwiają ochronę swojej reputacji, np. monitoringi mediów, agencje PR. Nie warto też stosować strategii „oblężonej twierdzy". Im więcej znamy influencerów i mamy z nimi dobre relacje, tym łatwiej będzie się bronić po wystąpieniu kryzysu.

# Adam Dąbrowski odchodzi z Creamfinance

Adam Dąbrowski kończy pięcioletnią współpracę z Creamfinance Poland, do którego należy m.in. serwis pożyczkowy Lendon.pl. Dąbrowski otwiera własny biznes w zupełnie innej branży, ale również innowacyjnej.

Obecnie Creamfinance Poland zatrudnia ponad 120 osób. Jak przekonuje Dąbrowski - zysk za ubiegły rok będzie liczony w dziesiątkach milionów złotych. Firma obsłużyła już ponad 1 mln klientów. W 2017 roku w firmę zainwestował południowoafrykański Capitec Bank. Inwestycja ze strony dużego banku w europejską firmę pożyczkową to sytuacja wyjątkowa na skalę globalną. Sukcesów nigdy nie jest mało - w listopadzie 2017 roku KPMG umieścił Creamfinance na prestiżowej liście 100 najlepszych firm fintechowych na świecie.

Poprzednie wydanie Promeritum (6/2017) otwieraliśmy wywiadem z Adamem Dąbrowskim, który powiedział, że jako menadżer stara się zatrudniać ludzi lepszych od siebie. Niewątpliwie znalezienie lepszego od Adama jest sporym wyzwaniem.

## Nawet 3 tys. zł pierwszej pożyczki gratis

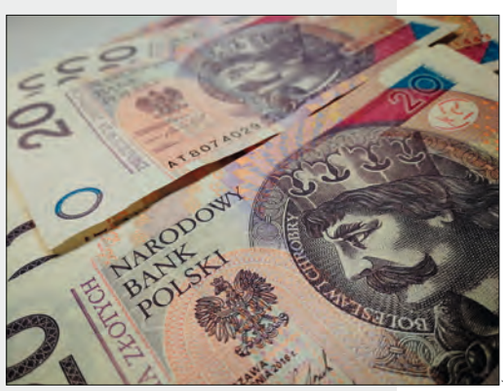
Oferta instytucji pożyczkowych ulega zmianie. Coraz więcej firm sprzedaje kredyty na wyższe kwoty i dłuższe okresy. Rośnie także popularność produktów ratalnych.

Z analizy oferty produktowej w 2017 roku wynika, że instytucje pożyczkowe coraz częściej zwiększają kwoty pierwszej pożyczki. Wydłużyły się także okresy trwania umów kredytowych. Średnia wartość maksymalnej kwoty pożyczki dla 36 instytucji pożyczkowych wynosi już ponad 5150 zł. W 2017 roku doszło też do istotnego zwiększenia kwoty pierwszej pożyczki dla nowych klientów – najlepsi na rynku oferują 3 tys. zł, standardowa oferta waha się od 1,5 tys. do 2 tys. zł.

Z raportu PZIP wynika, że średnia wartość pierwszej pożyczki dla nowych klientów w 2016 roku wzrosła o 11%. W tym samym okresie średnia kwota kolejnej pożyczki dla klientów powracających wynosiła 1372 zł. To o 3% więcej niż w 2015 roku. Odsetek wniosków akceptowanych wśród nowych klientów zatrzymał się na poziomie 19%.

Wzrost wartości oferowanych kredytów oraz wydłużenie okresów to trend obserwowany na rynku kredytu konsumenckiego także w bankach. Zauważalnie lepsza sytuacja finansowa gospodarstw domowych zwiększyła apetyt na kredyt. Poprawie uległa także jakość portfela kredytowego.

Większa popularność kredytów ratalnych to odpowiedź na regulacje z marca 2016 roku, ale także dotarcie do nowych kanałów dystrybucji i silniejsza współpraca z sektorem e-commerce.



Źródło: Pixabay

## Czy wiesz, że...?

Inflacja w Polsce osiągnęła poziom 2,5%. Tymczasem najlepsze lokaty roczne dla kwoty 10 tys. zł oprocentowane są na 2,6%, co po opodatkowaniu daje „zysk" w wysokości 8,1 zł.

## Raport „Polska cyfrowa”

Raport European Fintech Forum „Polska cyfrowa” skupia się na zagadnieniu cyfrowych dokumentów i możliwości ich wykorzystania w biznesie.

Globalizacja procesów gospodarczych sprawiła, że wszyscy stoimy dziś u progu czwartej rewolucji przemysłowej, opierającej się na nowych technologiach i innowacyjnym podejściu. Przedsiębiorstwa poszukują nowych modeli biznesowych dostosowanych do wyzwań cyfrowej rewolucji. Najbardziej rozwinięte kraje Europy Zachodniej, Stany Zjednoczone czy Chiny podążają za innowacyjnością, dostrzegając w niej przewagi konkurencyjne.

W ostatnich latach proces cyfryzacji nabrał tempa także w Polsce. Ministerstwo Cyfryzacji i Ministerstwo Rozwoju wspólnie podejmują działania na rzecz gospodarki cyfrowej, skoncentrowane wokół ideach paperless, cashless i „elektronicznych dokumentów”. Niniejszy raport stanowi podsumowanie tych prac oraz prognozę, co nas czeka w przyszłości. Patrząc na obecne trendy i otwarte nastawienie polskiego społeczeństwa do innowacji, przyszłość rysuje się bardzo ciekawie.

W raporcie m.in. o mDokumentach, czyli rozwiązaniu, które uwolni nas od konieczności noszenia przy sobie dokumentów, takich jak np. dowód osobisty, dowód rejestracyjny, prawo jazdy itp.

mDokumenty to projekt, którego zasadniczym celem jest digitalizacja dokumentów służących do weryfikacji tożsamości i uprawnień posiadanych przez obywateli. W całości opiera się on na architekturze Profilu Zaufanego, który umożliwia obywatelowi wykonanie wielu czynności urzędowych online. Raport jest dostępny na stronie 4fintech.org.

Źródło: Polska Cyfrowa, 4fintech.org

## Czy wiesz, że...?

Całkowite zasoby nowoczesnych powierzchni biurowych w Polsce przekroczyły 9,6 mln $m^2$. Tylko w II półroczu 2017 roku zostanie oddanych do użytku 600 tys. $m^2$ nowych biur. Obecna średnia cena najmu 1 $m^2$ biura w Warszawie wynosi 23 euro netto. Rząd zaplanował wprowadzenie nowego podatku od nieruchomości komercyjnych, który wyniesie 0,5% w skali roku od nieruchomości wartych więcej niż 10 mln zł. Inwestorzy z niepokojem patrzą na ten pomysł – w Polsce wciąż trudniej o biuro niż w Czechach.

# Niezwykle szybko postępująca rewolucja w podatkach

Głównym celem Ministerstwa Finansów jest uszczelnienie systemu podatkowego. Przedsiębiorcy mają skończyć z agresywną optymalizacją. Projekt zmian w podatku dochodowym został mocno skrytykowany w trakcie konsultacji społecznych. Częściowo słusznie. Resort łącznie przedstawił trzy projekty, które w toku procesu legislacyjnego zostały połączone w jeden duży projekt. Sprawy toczyły się bardzo szybko, bo nowe prawo miało obowiązywać od stycznia 2018 roku. Tempo prac było tak duże, że w zasadzie nie było czasu na merytoryczną dyskusję. Zmiany przeszły też bez większego echa w mediach.

„Wolność wiodąca lud na barykady”, Eugene Delacroix

Źródło: Wikipedia

Projekt przewiduje m.in. wyodrębnienie w ustawie o podatku dochodowym od osób prawnych źródła przychodów w postaci zysków kapitałowych oraz rozdzielenie dochodów uzyskiwanych z tego źródła od pozostałych dochodów podatnika. Zmiana ta zakłada, że przy ustalaniu dochodu nie uwzględnia się straty w źródle przychodów. Oznacza to, że dochód w ramach jednego źródła przychodów nie będzie mógł być skompensowany potencjalną stratą poniesioną w ramach innego źródła. Zdaniem eskpertów, takie ujęcie prowadzi do zniechęcenia przedsiębiorstw do działalności inwestycyjnej. W pewnym sensie jest to dodatkowa kara podatkowa za podjęcie ryzyka inwestycyjnego, które zakończyło się niepowodzeniem.

Praktycznie wszyscy przedstawiciele strony społecznej uznali także propozycje wprowadzenia przepisów limitujących wysokość kosztów uzyskania przychodów związanych z umowami na usługi niematerialne (umowy licencyjne, usługi doradcze, księgowe, prawne itp.) za zbyt mocno ingerującą zmianę w obrót gospodarczy. Zaproponowany przez Ministerstwo Finansów limit wydatków możliwych do uznania za koszt podatkowy ustanowiono na poziomie 5% EBIDTA. Limit ma mieć zastosowanie do nadwyżki wartości wydatków przekraczających 1,2 mln zł rocznie (średnio 100 tys. zł miesięcznie).

Wydatki na usługi niematerialne, a w szczególności na korzystanie z zewnętrznych usług doradczych, prawnych, agencji reklamowych, są nieodłącznym elementem prowadzenia profesjonalnej działalności biznesowej. Wiele firm prowadzi swoją działalność w oparciu o korzystanie z tego typu usług. Stanowią one naturalny element nowoczesnej gospodarki. Artykuły te krytkowane, gdyż istnieje prawdopodobieństwo, że nie tylko ograniczą rozwój firm świadczących usługi niematerialne, ale też tworzą niebezpieczny precedens legislacyjny, w którym wydatki na pewnego rodzaju usługi limitowane są na poziomie ustawy ze względu na podejrzenie ich fikcyjnego charakteru, przy czym do katalogu tych wydatków zaliczy się koszty na usługi świadczone przez firmy z prężnie rozwijających się branż i zatrudniające setki tysięcy ludzi, nierzadko posiadających specjalistyczne wykształcenie.

Przepisy limitujące wysokość kosztów uzyskiwania przychodów związanych z usługami niematerialnymi dotyczą także licencji na specjalistyczne oprogramowanie, które dla wielu firm jest niezbędne do wykonywania swojej działalności. Ich ograniczenie może negatywnie wpłynąć na inwestycje w innowacje a także na polskie przedsiębiorstwa planujące ekspansję na rynki zagraniczne.

Eksperci są zgodni, że cel ustawy jest słuszny – należy przeciwdziałać agresywnej optymalizacji. Z drugiej strony można odnieść wrażenie, że najwięcej na tej walce stracą uczciwi przedsiębiorcy. Czy będzie to pyrrusowe zwycięstwo?

# mDokumenty spalone na starcie. Portfele jeszcze długo nie schudną

Kilka słów o projekcie mDokumentów, czyli rozwiązania, które ma uwolnić obywatela od konieczności noszenia przy sobie dowodu osobistego, prawa jazdy, dowodu rejestracyjnego i ubezpieczenia OC. Pilotaż prowadzono od maja 2017 r. w czterech polskich miastach: w Łodzi, Ełku, Koszalinie oraz Nowym Wiśniczu.

Ministerstwo Cyfryzacji zapowiadziało, że mDokumenty zostaną uruchomione w całym kraju szybciej niż się tego spodziewamy. W pierwotnej wersji rozwiązanie dedykowano tylko dla kontaktów obywatela z administracją. Telefony komórkowe już teraz służą nie tylko do prowadzenia rozmów, odbierania SMS-ów czy maili. Oprócz tych funkcji, wielu z nas ma w nich aplikacje ob-

Źródło: Ministerstwo Cyfryzacji

sługujące bank, kino, bibliotekę, gazety. Nie ma żadnego powodu, by nie zagościła tam również administracja ze swymi dokumentami. Nie należy przy tym mówić o dowodzie osobistym „w komórce". Bardziej precyzyjne określenie to dowód „przez komórkę". Telefon nie ma przechowywać żadnych danych -będzie jedynie urządzeniem odbierającym SMS-a z kodem weryfikacyjnym potrzebnym do skorzystania z mDokumentu, czyli dowodu przez komórkę (podobnie jak dziś ma to miejsce np. w przypadku haseł jednorazowych do zatwierdzania transakcji bankowych w internecie).

mDokumenty projektowane były jako rozwiązanie opcjonalne – możliwość skorzystania z mobilnego dowodu osobistego czy innych dokumentów byłaby uzupełnieniem obecnie obowiązującego systemu.

Oczywiście nadal będzie obowiązywać posiadanie tradycyjnego dowodu osobistego. Różnica polegać ma na tym, że nie będziemy musieli go mieć przy sobie. Plastikowy dowód osobisty wciąż będzie niezbędny, by np. przekroczyć granicę (mDokumenty będą działać tylko na terytorium Polski). W pierwszym etapie przewidziano możliwość korzystania z mobilnego dowodu osobistego. Do tego dojść miało mobilne prawo jazdy, dowód rejestracyjny auta i potwierdzenie polisy OC, czyli wszystko, czego potrzebuje kierowca. Dzięki temu osoba, która miałaby korzystać z mDokumentów, mogłaby wychodzić z domu bez noszenia saszetki z dokumentami. Tyle w teorii.

W praktyce wprowadzenie mDokumentów wcale nie nie jest tak pewne. Obecnie trwają prace nad nowym e-dowodem osobistym, którego wdzięczna nazwa to „dowód osobisty z warstwą elektroniczną". Projekt pilotowany jest przez MSWiA oraz PWPW. Nie jest do końca jasne, czy „nie killuje" on mDokumentów, których przyszłość jest niepewna. Pojawiły się też zarzuty, że projekt jest mocno niedopracowany pod względem technologicznym, ale też jego koszty byłyby duże (masowa wysyłka sms-ów to realne obciążenie). Na przeciągającą się niepewność niekorzystnie wpływa długi proces rekonstrukcji rządu. Historia toczy się od września. Trudno przekonać sensownego partnera biznesowego (a nawet zatrudnić dobrych programistów) w sytuacji gdy w mediach wciąż przewija się wątek o możliwym rozbiorze Ministerstwa Cyfryzacji przez inne resorty. Mamy nadzieję, że idea odchudzonego portfela nie zginie, bo plastikowe rozwiązania zaczynają Polakom ciążyć jak nigdy wcześniej. Szacuje się, że wszystkie wydane w Polsce karty (dowody osobiste, karty płatnicze, prawa jazdy) przekroczyły już wagę 700 ton. Po co to dźwigać?

## PSDII na ostatniej prostej

Źródło: Pixabay

Przypomnijmy, że dyrektywa PSD II to obok RODO, a wcześniej NIS, jeden z najgorętszych tematów dla sektora finansowego. W największym skrócie można stwierdzić, że jej celem jest otwarcie dla fintechów dostępu do rachunków klientów bankowych. Projekt ten dotyczy zatem praktycznie wszystkich podmiotów rynku finansowego, ze szczególnym uwzględnieniem instytucji płatniczych. Od jego kształtu zależy nie tylko rozwój nowych fintechów, ale także przyszłość największych wydawców kart i samych banków.

Dyrektywa PSD II porządkuje stan regulacji prawnych rynku usług płatniczych, zarówno na poziomie krajowym, jak i unijnym, zwiększa jego transparentność i eliminuje niektóre luki prawne w obszarze usług finansowych wykorzystujących nowe technologie. PSD II wprowadza m.in.:

- nowe rodzaje usług na rynku płatności – inicjowanie transakcji płatniczej (PIS) i dostęp do informacji o rachunku (AIS),
- nowy rodzaj przedsiębiorstw – małe instytucje płatnicze (MIP). Żeby móc być MIP, miesięczne obroty spółki nie mogą przekraczać 1,5 mln euro. Zezwolenie na działanie MIP ma wydawać Komisja Nadzoru Finansowego, a firmy te będą mogły działać jedynie na terenie Polski. Projekt przewiduje zwiększenie prawa klientów wobec wyłudzeń i fraudów. Jeżeli dostawca usługi nie zapewni autoryzacji przy pomocy co najmniej dwóch poziomów (tzw. silne uwierzytelnianie), to konsument nie poniesie żadnych kosztów w przypadku, gdy zostanie oszukany podczas transakcji. W innych przypadkach odpowiedzialność klienta w kwestii transakcji nieautoryzowanych zostanie obniżona ze 150 euro do 50 euro.

PSDII budzi zarazem wielkie nadzieje i obawy. Z jednej strony jest on bardzo wyczekiwany przez rynek, a z drugiej istnieją silne przesłanki, że Polacy nie są gotowi na tak daleko idące innowacje, np. dzielenie się dostępem do rachunku bankowego z podmiotami trzecimi. Czas pokaże, czy konsumenci są aż tak odważni.

### iPhone trafił na sklepowe półki

Najnowsza wersja iPhone'a trafiła na półki w polskich sklepach. Wraz z iPhone 8 do sklepów trafiły również „ósemki" w wersji Plus oraz smartwatche Apple Watch Series 3. Ceny zaczynają się od 3479 złotych. W przypadku iPhone 8 Plus cena wzrasta do prawie 4000 złotych. Nie ma jednak tego złego, co by na dobre nie wyszło… Wejście do sprzedaży „ósemek" obniżyło cenę „siódemek".

Jeżeli chcemy wyposażyć się w iPhone 8 o wbudowanej pamięci 256 GB, to musimy liczyć się z wydatkiem rzędu 4229 zł. Ekran „ósemki" ma przekątną 4,7 cala (około 12 cm), procesor A11 Bionic o architekturze 64-bitowej, system neuronowy oraz wbudowany koprocesor ruchu M11. Przypominamy też, że już 3 listopada 2017 r. do sklepów trafił jubileuszowy iPhone X. Urządzenie to ma ekran o przekątnej 5,8 cala (czyli niecałe 15 cm), a obudowa jest częściowo wykonana ze szkła (tylna część), co pozwoli na ładowanie z podstawką. iPhone X działa na procesorze A11 Bionic i posiada 3GB pamięci RAM. Oczywiście w nowym smartfonie od Apple dostępna jest funkcja bezprzewodowego ładowania dzięki zastosowaniu technologii Qi.

Cena iPhone X w najuboższej wersji wynosi 999 USD. W polskich sklepach ceny wersji 64 GB zaczynają się od 4979 zł. Natomiast wersja 256 GB to wydatek rzędu 5729 zł. iPhone X również jest dostępny w sklepach od 3 listopada 2017 r. Zdaniem ekspertów jest to bardzo dobry smartfon, ale „nierewolucyjny". Świat się zmienia – jednym z kluczowych elementów prezentacji najnowszego smartfona od Apple była informacja o dostępie do nowych wersji emotikonów.

Źródło: Pixabay

# Czy Polacy są gotowi na sklepy bez kas?

Mastercard opublikował wyniki badania pt. „Czy Polacy są gotowi na sklepy bez kas?", zrealizowanego we współpracy z domem badawczym Maison & Partners. Celem badania było sprawdzenie nastawienia polskich konsumentów do nowych rozwiązań technologicznych w sklepach stacjonarnych, służących przyspieszeniu zakupów. Ankietowani potwierdzają, że kolejki do kas to dla nich istotny problem.

Zauważają jednak, że są już dostępne sposoby, aby je skrócić, takie jak płatności zbliżeniowe czy kasy samoobsługowe. Wyrażają też zainteresowanie nowo pojawiającymi się rozwiązaniami, np. samodzielnym skanowaniem produktów, a także tymi przyszłościowymi, jak w pełni automatyczne sklepy bez kas.

Gotowość polskich konsumentów na technologiczną rewolucję w sklepach wynika nie tylko z ich ogólnej otwartości na korzystanie z najnowszych rozwiązań technologicznych, ale też z realnych korzyści, jakie zapewniają, takich jak: szybkość, wygoda i bezpieczeństwo.

71% polskich konsumentów wyraża niezadowolenie z powodu kolejek do sklepowych kas, a dla niemal co drugiego (47%) jest to najbardziej frustrujący element zakupów, głównie ze względu na stratę czasu. Według ankietowanych w przypadku większych zakupów czas oczekiwania przy kasie wynosi średnio 18 minut. Wskazują oni, że z najdłuższymi kolejkami muszą mierzyć się w dyskontach (64%) oraz w hipermarketach (50%), a najrzadziej w supermarketach i delikatesach (22%) oraz w małych sklepach osiedlowych (12%).

Staniu w kolejce towarzyszą negatywne emocje – oprócz poczucia wspomnianej już straty czasu (29%), najczęściej są to zniecierpliwienie (35%, częściej u osób starszych) oraz znudzenie (25%, częściej u osób młodych). Ankietowanych frustrują też nieuprzejmi (26%) i powolni (25%) kasjerzy.

Detaliści, którzy potrafią poradzić sobie z kolejkami, mogą zyskać dodatkowych klientów i przychody. 71% ankietowanych w badaniu Mastercard przyznaje, że nie wróciłoby do sklepu po produkt, jeśli wiązałoby się to ze staniem od nowa w kolejce. Już niemal co drugiemu konsumentowi (46%) zdarzyło się też w ogóle zrezygnować z zakupów, widząc zbyt długie kolejki do kas.

Badani przez Mastercard konsumenci zauważają, że już dziś są sposoby na skrócenie kolejek. Takim rozwiązaniem są m.in. płatności zbliżeniowe (kartą lub telefonem). Aż 69% respondentów zdarzyło się, że sprzedawca nie miał drobnych, a ponad połowie (51%), że sprzedawca odmówił wydania reszty. Nie dziwi więc, że 61% ankietowanych uważa, że gdyby wszyscy płacili przy kasie bezgotówkowo, kolejki byłyby krótsze.

# Loando wchodzi na rynek rosyjski

Polska porównywarka pożyczek pozabankowych Loando w czerwcu 2017 roku uruchomiła rosyjską wersję serwisu. Do tej pory na rosyjskim rynku nie było porównywarki pożyczek online.

Źródło: Pixabay

W Rosji istnieją jedynie strony internetowe, na których prezentowane są oferty pożyczkowe. Nie udostępniają one użytkownikom narzędzi do porównania oferty, m.in. realnych kosztów w zależności od okresu kredytowania. Celem Loando.ru jest ułatwienie pożyczkobiorcom podjęcia decyzji o wyborze firmy pożyczkowej za pomocą prostych rankingów ofert pożyczkowych oraz umożliwiając wybór oferty dopasowanej do indywidualnych potrzeb klienta za pomocą „suwaka".

Przy jego pomocy klient będzie mógł „przefiltrować" oferty, wybierając konkretną wysokość pożyczki oraz długość terminu jej spłaty. Porównywarka pokaże mu jedynie te oferty, które są zgodne z jego oczekiwaniami. Loando.ru ma też za zadanie chronić przed zaciąganiem zobowiązań, których uregulowanie mogłoby być problematyczne ze względu na wysokie oprocentowanie czy ukryte opłaty. Warto również wspomnieć, że wygląd oraz treści pojawiające się na stronie będą spójne z polską wersją portalu.

Sektor pożyczek pozabankowych w Rosji wyceniany jest na 8,6 mld zł. 1/3 pożyczek udzielana jest za pośrednictwem internetu. Przeciętna wartość udzielonego kredytu wynosi 14,8 tys. rubli (980 zł), w Moskwie – blisko 30 tys. rubli (2 tys. zł).

# Internet wygrywa z telewizją na rynku reklamy

Rynek reklamowy w Polsce w 2017 roku wzrośnie o 2,5%, osiągając wartość 7,05 mld zł – czytamy w prognozie domu mediowego Zenith. Globalnie wydatki reklamowe na internet prześcigną nakłady na telewizję. Cały rynek reklamowy na świecie wart jest ponad 558 mld dolarów, z tego 37% to wydatki na reklamę online. Wartość reklamy online na świecie w tym roku osiągnie 36,9% udziałów w rynku – wynika z raportu Zenith. W Polsce, gdzie dynamika wzrostu nakładów na reklamę jest wolniejsza, wciąż dominować będzie telewizja.

Zdaniem analityków to tylko kwestia czasu i także w Polsce udział wydatków na reklamę w telewizji będzie maleć na rzecz internetu (chociaż nominalnie dynamika będzie dodatnia). Gorsze prognozy dotyczą radia. Analizy nie pozostawiają wątpliwości – reklama radiowa uzależniona jest od sektora farmaceutycznego i elektronicznego i chociaż udział reklamowy radiowej jest stabilny,

Źródło: Pixabay

to kiepska dywersyfikacja źródeł przychodów generuje duże ryzyko (czasem wystarczy drobna zmiana prawa). Najgorzej sytuacja przedstawia się dla rynku reklamy prasowej – tutaj przewiduje się stały odpływ nakładów.

Wzrastają wydatki na reklamę w social mediach – szacowana dynamika wynosi ponad 20% rocznie. Wydatki na reklamę w wyszukiwarkach w 2016 roku osiągnęły poziom 78 mld zł, w 2017 roku ma być on o 10% wyższy. Coraz większy odsetek odbiorców rezygnuje z telewizji na rzecz programów internetowych. Platformy VOD zmieniają sposób korzystania z nośników kultury. Model, w którym to nadawca decyduje o tym, co będzie oglądać odbiorca, powoli przechodzi do lamusa.

Z danych Deloitte wynika, że już 40% dwudziesto- i trzydziestolatków regularnie ogląda seriale w sieci. Większość uprawia tzw. binge-watching, czyli oglądanie kilku odcinków na raz – średnio przez 5 godzin. Im młodsze pokolenie, tym większa niechęć do tradycyjnych mediów. Ten sam raport wskazuje, że już dla ponad 20% użytkowników social mediów to właśnie portale społecznościowe są pierwszym źródłem informacji.

Trendy te silnie kontrastują z dyskusją na temat kształtu i zasad poboru podatku RTV w Polsce. Wiele wskazuje na to, że zmierza on w kierunku „podatku od konia, na którym nikt nie będzie niedługo jeździć". Na początku 2018 roku sprawa abonamentu powoli ulega wyjaśnieniu. Rząd Prawa i Sprawiedliwości prawdopodobnie zrezygnuje z jakiejkolwiek formy poboru abonamentu RTV. Media publiczne mają być finansowane z budżetu państwa w całości już od 2019 roku . W pewnym sensie ma to być prezent wyborczy dla Polaków. Łączne koszty finansowania szacowane są na poziomie 2,5 mld zł. Kwota ta w teorii „zaspokoiłaby potrzeby mediów publicznych". Na przestrzeni ostatnich lat pojawiło się wiele pomysłów poboru składki - od ryczałtu w wysokości 10 zł miesięcznie od każdego gospodarstwa domowego, po doliczanie kwoty abonamentu do rachunku za energię elektryczną. Każdy z tych pomysłów był krytykowany.

„Misja publiczna" jest ważna i pożądana przez obywateli, ale nie na tyle by za nią płacić. Całkowite finansowanie z budżetu ma niestety drugie dno. Gdyby ściągalność składek była wyższa, to media mogłyby pozwolić sobie na większą niezależność. Można by jej nawet wprost wymagać. W końcu nie można ignorować vox populi - wpływy z opłat są najlepszym wskaźnikiem reputacji. Rezygnując z tego modelu - media będą na łasce polityków. Obywatele nie płacili abonamentu (ściągalność na poziomie 10%), w wielu przypadkach szukając wymówki w upolitycznieniu telewizji. Bardziej prawdopodobne przyczyny są bardziej prozaiczne - skoro nie ma sankcji, to nie ma podatku. W efekcie odbierają jej całkowicie niezależność, nawet jej iluzję. Najzabawniejszą konsekwencją jest fakt, że zniesienie obowiązku abonementowego większość jawnie ucieszy.

## Polak bogaty i biedny zarazem

Jedna trzecia rodaków ocenia swoją sytuację materialną jako dobrą lub bardzo dobrą. Subiektywne oceny, choć się poprawiają, nadal pozostawiają wiele do życzenia – wynika z dorocznego badania budżetów domowych przez GUS.

Źródło: Pixabay

Według GUS w 2016 roku dochód do dyspozycji wyniósł miesięcznie przeciętnie 1475 zł, realnie o 7,0% więcej niż w roku poprzednim. W 2015 roku wzrost był niższy, wyniósł realnie 4,3%. Mamy więc do czynienia z przyspieszaniem z roku na rok tempa wzrostu dochodów, co niewątpliwie przyczynia się do poprawy nastrojów konsumenckich i wzrostu wydatków w gospodarstwach domowych. Trzeba przy tym zauważyć, że większe dochody wcale nie są przeznaczane jedynie na wzrost konsumpcji, czego dowodem jest wolniejsze tempo wzrostu wydatków (w 2016 roku o 4,3%) niż dochodów. W 2016 roku wzrastały oszczędności, co poprawiało sytuację finansową przeciętnych gospodarstw domowych. Znaczący w tym udział mają świadczenia wychowawcze (Rodzina 500+), które w rodzinach je otrzymujących są przeciętnie na poziomie 16,8% dochodów do dyspozycji.

Z raportu NBP opublikowanego na początku 2018 roku wynika, że przeciętne polskie gospodarstwo domowe zgromadziło 263 tys. zł majątku netto. Lwią część majątku stanowią nieruchomości mieszkalne. Pod tym względem wypadamy lepiej niż Niemcy. W mediach już pojawiły się tytuły, że jesteśmy bogatsi od naszych zachodnich sąsiadów. Na szczęście NBP w przypisach do raportu wyjaśniło, że to nieprawda.

### Uber zmienia strategię na bardziej *soft*

Nowy CEO Ubera, Dara Khosrowshahi, chce postępować inaczej niż jego poprzednik. W erze Travisa Kalanicka firma z San Francisco zasłynęła nie tylko pokaźnymi zyskami, ale również bardzo głośnymi skandalami. Między innymi ten czarny PR doprowadził do tego, że Uber stracił licencję na działalność w Londynie. Teraz Khosrowshahi postanowił uprzedzić regulatorów w Norwegii i zawiesił działanie usługi UberPop w Oslo. UberPop to najbardziej popularna usługa firmy, z której najczęściej korzystają klienci – jest po prostu najtańsza. Kierowcy, którzy jeżdżą na UberPop, nie muszą posiadać licencji.

UberPop działa w Norwegii od 3 lat. Usługa dostępna jest jedynie w stolicy kraju – Oslo. Zgodnie z danymi firmy ma ona około 280 tys. klientów w mieście i setki kierowców. To całkiem spora liczba jak na miasto, które oficjalnie liczy około 700 tys. mieszkańców.

Praktyka wstrzymywania działalności miała miejsce już wcześniej – na przykład w Finlandii Uber również zawiesił UberPop, czekając na wejście w życie nowego prawa regulującego branżę taksówek. Ma to nastąpić w 2018 roku. Analogicznie postąpiono w Danii. Na innych rynkach Uber toczył zacięte boje z regulatorami – między innymi we Włoszech, Francji, Holandii czy Hiszpanii. Niemal od początku swojejdziałalnościUberkojarzonyjestzszarą strefą. Właśnie dlatego wiele rządów podejmuje coraz bardziej aktywne działania, mające ograniczyć funkcjonowanie firmy z San Francisco.

W Polsce również trwa ożywiona dyskusja o Uberze. Rząd pracuje nad projektem ustawy o transporcie drogowym. Jako powody przedłożenia takiego projektu wymieniono konieczność uregulowania kwestii przewozu osób i pośredniczenia w nim za pomocą aplikacji mobilnych. Wnioskodawcy powołują się też na stworzenie równych zasad konkurencji. Oczywiście wszystko rozbija się o Ubera, który przebojem zdobywa polski rynek. W projekcie pojawia się między innymi pomysł na obowiązek posiadania licencji przez firmę świadczącą usługi pośrednictwa przy przewozie osób.

Źródło: Pixabay

# UOKiK ukarał bank za reklamę kredytu

Źródło: Wikipedia

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zakwestionował drobny druk w ulotkach i reklamach kredytu w Getin Noble Banku. Zbyt krótki był też czas wyświetlania tekstu w spotach telewizyjnych. Wymagane prawem informacje o kredycie muszą być przedstawiane konsumentom w sposób umożliwiający ich odczytanie i zrozumienie. Urząd nałożył ponad 1,7 mln zł kary finansowej. Bank zobowiązał się do również rekompensaty publicznej.

Stopa oprocentowania, całkowita kwota kredytu, rzeczywista roczna stopa oprocentowania (RRSO), okres obowiązywania umowy, całkowita kwota do zapłaty, wysokość rat – te informacje powinny znaleźć się w każdej reklamie kredytu konsumenckiego w sposób umożliwiający ich odczytanie i zrozumienie. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zakwestionował sposób, w jaki Getin Noble Bank informował konsumentów o konsolidacyjnym kredycie konsumenckim „5% niższa rata".

Kampania reklamowa trwała od kwietnia do grudnia 2015 r. Zastrzeżenia urzędu wzbudziły ulotki, a także reklamy telewizyjne i internetowe. Urząd uznał, że wymagane prawem informacje były na tych nośnikach przedstawione zbyt małą czcionką, a czas wyświetlania tekstu w spotach telewizyjnych – zbyt krótki.

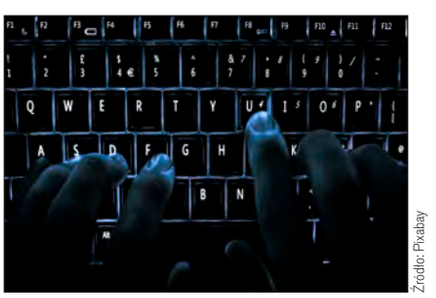
Informacja o decyzji UOKiK zostanie opublikowana na koszt Getin Noble Banku na stronach spółki oraz wyemitowana w telewizji w formie trzech 15-sekundowych spotów. Bank ma też obowiązek złożyć prezesowi urzędu sprawozdanie z wykonania zobowiązania w terminie 4 miesięcy.

# Czy Polacy są gotowi na PSD II? Sprawa Monedo pokazuje, że niekoniecznie

W sieci zawrzało po tym, gdy serwis Niebezpiecznik zauważył, że Monedo, partner Allegro i PayU, prosił użytkowników o podanie swojego loginu i hasła do bankowości internetowej. Monedo to członek grupy Kreditech, która od maja 2017 roku blisko współpracuje z PayU i Allegro. Czy faktycznie jest się czego obawiać? Czy narusza to zasady bezpieczeństwa?

W przypadku rat na Allegro, Monedo Now proponuje swoim klientom dwie metody weryfikacji tożsamości oraz zdolności kredytowej: automatyczną oraz manualną. Automatyczny sposób polega na zalogowaniu się do bankowości internetowej za pomocą serwisu KontoConnect, dostarczonego przez spółkę Kontomatik, która należy do grupy Kreditech. Oznacza to, że przy wyborze odpowiedniej opcji pojawia się formularz do wypełnienia przez klienta, wymagający podania danych do logowania w ich serwisie bankowości elektronicznej.

Wymóg ten oburzył niektórych specjalistów do spraw cyberbezpieczeństwa, którzy uznali go za zbyt daleko idący. Wydaje się, że ich reakcja była jednak mocno na wyrost, gdyż obecnie implementowana do polskiego prawa dyrektywa PSD II w gruncie rzeczy opiera się na udostępnieniu możliwości logowania do konta w banku za pośrednictwem podmiotu trzeciego. Sprawa Monedo pokazuje, że spora część Polaków (i ekspertów) nie jest gotowa na PSD II. Być może warto zastanowić się nad dużą społeczną kampanią informacyjną?



Źródło: Pixabay

# Ministerstwo cyfryzacji bierze się za sms-owych naciągaczy

Ministerstwo Cyfryzacji zmienia ustawę – Prawo telekomunikacyjne. Dla wielu klientów kluczowy jest pomysł wprowadzenia ograniczeń w naliczaniu kosztów w ramach tzw. usług premium. Operator będzie miał obowiązek dokładnie informować klienta o cenie usługi. Ponadto ustawowo ustalony zostanie maksymalny domyślny koszt, jaki może ponieść klient. Proponowana kwota wynosi 35 zł miesięcznie.

W Polsce mamy ok. 600 dostawców usług premium sms. Większość z nich działa uczciwie, dokładnie informując o cenie usługi i obowiązkach konsumenta. Nie zmienia to faktu, że występują także pseudofirmy, które korzystają z niefrasobliwości i naiwności niektórych konsumentów. I nie chodzi tu o sms-y z wróżbą, tylko np. o wiadomości udające komunikaty od kurierów, dostawców itp. Zaproponowane przepisy nie są oczywiście w stanie wyplenić tego typu praktyk, ale mogą uchronić wielu konsumentów przed nadmiernymi kosztami. Dostawca publicznie dostępnej usługi telekomunikacyjnej będzie miał obowiązek bezpłatnego zapewnienia abonentowi określenie progu kwotowego dla usług o podwyższonej opłacie (sms i połączenia premium) dla każdego okresu rozliczeniowego, a w przypadku jego braku – dla każdego miesiąca kalendarzowego. W momencie osiągnięcia progu kwotowego dostawca publicznie dostępnej usługi telekomunikacyjnej jest obowiązany do natychmiastowego poinformowania abonenta o tym fakcie (sms, połączenie z operatorem oraz zablokowanie możliwości wykonywania połączeń na numery usług o podwyższonej opłacie i odbierania połączeń z takich numerów, chyba że nie będą powodowały obowiązku zapłaty po stronie abonenta). Dodatkowo dostawca (operator, np. Plus, T-Mobile, Orange, Play) będzie zobowiązany oferować abonentom co najmniej cztery progi kwotowe, które wynoszą 0, 35, 100 i 200 złotych. W przypadku gdy abonent nie określił progu kwotowego, ten domyślnie wyniesie 35 złotych dla każdego okresu rozliczeniowego, a w przypadku jego braku – dla każdego miesiąca kalendarzowego. Po osiągnięciu progu kwotowego, wykonywanie połączeń na numery usług o podwyższonej opłacie i odbieranie połączeń z takich numerów w danym okresie rozliczeniowym oprócz połączeń, które nie powodują obowiązku zapłaty po stronie abonenta, będzie możliwe wyłącznie po określeniu przez abonenta wyższego progu kwotowego.

Nie da się zakazać świadczenia usług premium. Trudno też bez wyroku sądu lub interwencji UOKiK skutecznie i szybko stwierdzić, że dana usługa wprowadza konsumenta w błąd, a następnie odzyskać pieniądze. Dlatego propozycja Ministerstwa Cyfryzacji, która domyślnie ogranicza maksymalne straty klientów do 35 zł, wydaje się rozsądna. Nie oznacza to, że akceptujemy limit oszustw do tej kwoty. Większość usług premium działa legalnie i ma swoich wiernych odbiorców. Zaproponowany domyślny limit ma z jednej strony zapewnić płynne korzystanie z tego typu usług, a z drugiej – budować większą świadomość konsumentów.

Źródło: Pixabay

UOKiK w toku konsultacji publicznych zwrócił uwagę na problem współdzielenia numeru premium przez dostawców, co często uniemożliwia skuteczne zdefiniowanie podmiotu, który faktycznie dopuścił się nadużyć. Dlatego zdaniem UOKiK w ustawie powinien znaleźć się również zapis, że jeden numer premium może być wykorzystywany tylko do jednej usługi.

Ustawa naturalnie nie dotyczy tylko sms-ów premium, ale także wprowadza możliwość zawierania umów w „formie dokumentowej", co – tłumacząc na język fintechu – oznacza, że dopuszczalne będzie zawarcie umowy niepapierowej na trwałym nośniku (#paperless) i chociaż brzmi to dziwnie, to chyba jest to najbezpieczniejsze określenie cyfrowej formy kontraktu. UOKiK nie mówi nie, ale chciałby, aby forma dokumentowa była dostępna dla konsumentów tylko na ich wyraźne żądanie. W celu ochrony m.in. osób starszych umowa ma być domyślnie przedstawiona na papierze.

Zgodnie z założeniami projektu pośrednicy muszą posiadać licencję, ale samo jej zdobycie ma zostać znacznie uproszczone i – cytując autorów – „Uzyskanie licencji na pośrednictwo przy przewozie osób nie będzie stanowiło istotnego obciążenia dla przedsiębiorców". Obniżone zostaną koszty uzyskania licencji i uproszczone zasady testu ze znajomości topografii miasta. Projekt zakłada także obniżenie wysokości opłat dla wszystkich przedsiębiorców ubiegających się o licencję.

Za wykonywanie działalności bez wymaganej licencji na firmę będzie mogła być nałożona kara w wysokości 100 tys. złotych. Taką samą grzywną zostanie obciążony pośrednik, który zleca przewóz osób kierowcy bez licencji. Nowe przepisy mają na celu pogodzenie oczekiwań taksówkarzy z wymuszeniem na firmie Uber, by dostosowała swój model biznesowy do oczekiwań społecznych, przede wszystkim fiskusa.

## Kasy fiskalne tylko online

Niewiadomo jeszcze kiedy to nastąpi, ale docelowo wszystkie kasy będą musiały przesyłać elektroniczne kopie paragonów do Centralnego Repozytorium Kas. Konsument będzie miał do nich dostęp online.

Nie oznacza to jednak, że od razu znikną paragony papierowe. Nowy projekt ustawy zakłada przede wszystkim, że wszystkie paragony będą musiały trafiać właśnie do CRK, czyli chmury obliczeniowej Ministerstwa Finansów.

Nowymi przepisami jako pierwsze zostaną objęte branże: motoryzacyjna, wulkanizacyjna i stacje benzynowe. Trochę więcej czasu na wymiany będą miały lokale gastronomiczne, kluby fitness i hotele.

Celem jest zwiększenie ściągalności podatków oraz walka z szarą strefą. Na razie wprowadzenie kas fiskalnych online nie będzie równoznaczne z likwidacją paragonów papierowych. Nie jest to jednak takie proste, bo nie każdy ma smartfona. Nie ma też obowiązku posiadania adresu e-mail, na który miałby przychodzić paragon. Ponadto nie wiadomo, co zrobić z obcokrajowcami. Branża fintech chciałaby by wszystkie zmiany wchodziły jak najszybciej. Zderzenie z rzeczywistością bywa bolesne, ale w tym wypadku rzecz rozbija się także o pieniądze. Kasy z dostępem do sieci to wcale nie mały koszt.

Źródło: Flickr

## Zakaz handlu w niedzielę

Zakaz handlu w niedzielę to jeden z głównych postulatów NSZZ Solidarność. Ochrona wartości rodzinnych i więcej czasu wolnego dla pracowników - to były główne postulaty Solidarności. Rząd się nad nimi pochylił i zaproponował stopiową rezygnację z handlu w niedzielę. Projekt ustawy był naturalnie krytykowany. Solidarność chciała twardego zakazu handlu z krótką listą wyłączeń. Rząd zaproponował bardziej liberalne rozwiązanie ze stopniowym dochodzeniem do zakazu handlu we wszystkie niedziele dopiero od 2020 roku. Najwięcej emocji wy-

Źródło: Flickr

woływała konstrukcja listy wyłączeń. Nie było też do końca jasne, czy zakaz obejmie e-commerce. Ostatecznie projekt przegłosowano w Sejmie 24 listopada 2017 roku. Ostateczne poprawki wprowadza Senat.

Główne argumenty za wprowadzeniem częściowego zakazu handlu w niedzielę odnoszą się do dbałości o wartości rodzinne, zapewnienia pracownikom handlu możliwości wypoczynku. Projektodawcy zauważają, że w wielu przypadkach wobec pracowników stosuje się przymus ekonomiczny zmuszający ich do pracy bez zapewnienia odpowiedniej liczby dni odpoczynku, co ma negatywny wpływ na relacje rodzinne. Przeciwnicy projektu uważają, że sytuacja na rynku pracy bardzo się zmieniła i w praktyce sytuacje zmuszania pracowników do pracy w niedziele nie występują. Dodatkowo zwracają uwagę, że wprowadzenie tego zakazu będzie miało negatywny wpływ ekonomiczny na sytuacją finansów publicznych oraz na setki innych branż związanych z handlem – od dostawców energii, pracowników ochrony, na portach morskich kończąc. Zwolennicy bronią się, twierdząc, że taki zakaz funkcjonuje w wielu państwach europejskich, m.in. w Niemczech i we Francji.

Zakaz handlu w niedzielę będzie obowiązywać od 1 marca 2018 roku. Początkowo obejmować będzie dwie niedziele w miesiącu. Od 2019 roku - trzy, a od 2020 roku - wszystkie. Ciekawe, kto naprawdę na tym skorzysta?

# „Do wyboru, do koloru" – finansowanie przedsiębiorstw nigdy nie było prostsze

Przedsiębiorcy w Polsce od zawsze narzekają na trudności z pozyskaniem finansowania. W ciągu ostatnich dwóch lat na rynku pojawiło się wiele nowych firm pożyczkowych specjalizujących się w różnych formach kredytowania przedsiębiorstw. Dobra koniunktura w gospodarce zwiększa apetyt na różne formy finansowania.

Źródło: Pixabay

Niezmiennie najpopularniejszą formą finansowania przedsiębiorców jest leasing samochodowy. W 2016 roku firmy leasingowe sfinansowały zakup 198 tys. samochodów osobowych i 78 tys. pojazdów użytkowych. To o 30% więcej niż rok wcześniej. Wartość rynku wzrosła o 30% rdr. Jednak nie samymi autami biznes żyje. Coraz większą popularnością cieszy się leasing sprzętu nietransportowego o nominalnie niższej wartości niż pojazdy samochodowe.

Rynek ten znacznie różni się od tradycyjnego leasingu, co jest sporą szansą dla fintechów. W Polsce mamy blisko 2 mln zarejestrowanych przedsiębiorstw, z czego aktywnie działa ok. 1 mln. Właściciel zakładu fryzjerskiego, restaurator, mechanik – nie każdy ma czas na załatwianie spraw z agentem osobiście. Większość poszukuje rozwiązań fintechowych, czyli szybko i przez internet. Taki leasing oferuje m.in. wyceniany już na blisko 80 mln zł Lease Link – innowacyjny start-up, który w ciągu roku zdobył pozycję lidera w segmencie transakcji do 50 tys. zł.

Swoją niszę zagospodarowują także wyspecjalizowane w kredytowaniu przedsiębiorstw internetowe firmy pożyczkowe. Różni je od banków przede wszystkim sposób wnioskowania o finansowanie, który jest w pełni elektroniczny, z decyzją o przyznaniu lub odmowie finansowania przesyłaną w ciągu kilkunastu minut. Kolejny produkt to faktoring, który szturmem przenosi się do sektora fintech – dawniej oferta faktorów skierowana była tylko do dużych przedsiębiorstw. Obecnie z usług faktoringowych mogą korzystać nawet osoby, które dopiero rozpoczęły prowadzenie własnej działalności gospodarczej. Oczywiście online.

# Przed nami April Consumer Credit Days

III edycja April Consumer Credit Days odbędzie się w dniach 26 i 27 kwietnia 2018 roku w Hotelu Warszawianka w miejscowości Jachranka. ACCD do konferencja poświęcona tematyce kredytu konsumenckiego. Skierowana jest dla przedstawicieli firm z sektora pożyczkowego, zarządzania wierzytelnościami, kancelarii prawnych oraz firm IT.

W tym roku główne tematy dotyczyć będą wartości, perspektyw i korzyści zmian rynku konsumenckiego w Polsce; skrócenia upływu przedawnienia wierzytelności i jego konsekwencje; zaliczek komorniczych a cen portfeli wierzytelności; konieczności przygotowania się do zmian w ochronie danych osobowych, a także rozwiązań technologicznych, które mogą zafunkcjonować w finansach konsumenckich.

ACCD to ważne wydarzenie w kalendarzu konferencji dla wszystkich osób zainteresowanych sektorem pożyczek pozabankowych w Polsce. 2017 rok był bardzo emocjonujący pod wieloma względami - to właśnie podczas ACCD podsumowywane są najważniejsze wydarzenia z zeszłego roku. Prelegenci wskażą także aktualne i przyszłe trendy na tym rynku.

Druga edycja konferencji April Consumer Credit Days, której współorganizatorem jest Polski Związek Instytucji Pożyczkowych, odbyła się w kwietniu 2017 roku. Wydarzenie skupiło ponad 250 ekspertów z obszaru zarządzania należnościami z sektora B2C, m.in. instytucje pożyczkowe i firmy IT. Konferencja, ze względu na bogaty wachlarz tematów poruszanych podczas prelekcji i debat, jest źródłem praktycznej wiedzy oraz doskonałą okazją do nawiązania nowych kontaktów biznesowych.

APRIL CONSUMER CREDIT DAYS

# Jak ubezpieczyć 3 miliony klientów firm pożyczkowych?

Polski Instytut Rozwoju Biznesu był organizatorem konferencji „Ubezpieczenia – nowoczesne kanały komunikacji i ich efektywność w sprzedaży", która odbyła się 19 września 2017 r. w Warszawie. Wśród zaproszonych prelegentów znalazł się Jarosław Ryba, który zaprezentował koncepcję rozszerzenia oferty ubezpieczeń dla klientów instytucji pożyczkowych.

Jarosław Ryba zwrócił uwagę, że klienci instytucji pożyczkowych stanowi blisko 10% populacji dorosłych Polaków.

– Wielkość grupy jest warta selektywnego podejścia. Ponadto należy ostrożnie podchodzić do stereotypów, zwłaszcza tych odnoszących się do złej kondycji finansowej pożyczkobiorców. Główne problemy z terminową spłacalnością wynikają przeważnie z psychologicznych aspektów – wiele osób wciąż ma problem z planowaniem przyszłości i szacowaniem ryzyka – stwierdza Ryba.

Zdaniem prezesa Polskiego Związku Instytucji Pożyczkowych oferta ubezpieczycieli dla pożyczkobiorców może być atrakcyjna, pod warunkiem że będzie stanowić wartość dodaną dla klienta. Za przykład podał ubezpieczenia od cyberzagrożeń.

– Proszę zwrócić uwagę, że 100% klientów internetowych instytucji pożyczkowych posiada dostęp do bankowości elektronicznej i raczej aktywnie korzysta z internetu. 35% klientów składa wnioski o kredyt przez smartfon. Ubezpieczenie od cyberzagrożeń jest produktem, który odpowiada na realne potrzeby tej grupy klientów, która obawia się m.in. utraty tożsamości w sieci – stwierdził prezes.

Upowszechnienie kultury ubezpieczeń wśród klientów instytucji pożyczkowych wymaga przede wszystkim zbadania i zrozumienia rynku.

Źródło: Flickr

# Facebook obcina zasięgi. Posty znajomych na pierwszym miejscu

Facebook szykuje niemiłą niespodziankę dla właścicieli stron internetowych. Serwis planuje obcinanie zasięgów. Użytkownicy mają widzieć więcej treści od znajomych, a nie polubionych stron. Mark Zuckerberg tłumaczy, że chce w ten sposób przywrócić Facebookowi społecznościowy charakter. Z Facebooka korzysta 2 mld ludzi. Zmiany dotyczą wszystkich - niezależnie czy jest to mały fanpage, czy potężny serwis.

Posty publikowane przez firmy mają małe szanse na pojawienie się w aktualnościach, jeżeli użytkownik nie zaznaczy w opcjach, że informacje z danego serwisu wyświetlały się jako pierwsze. Wciąż promowane mają być transmisje na żywo i treści angażujące do dyskusji. Eksperci z działów marketingu załamują ręce: „nie zrobimy targetów, bo udżety już ustalone" - przyznają zgodnie.

## Kurs bitcoina to istny roller-coaster

Źródło: MatSzym

W styczniu 2017 roku jego kurs kształtował się na poziomie 1 tys. dolarów. W pół roku wzrósł on o 100%. Miesiąc później kosztował już ponad 4 tys. dolarów, by następnie niespodziewanie powrócić do kwoty 3 tys. dolarów. Po kilku tygodniach znów odnotowano wzrosty – na początku listopada kurs przekroczył barierę 7 tys. dolarów, by pod koniec roku kosztować już 19 tys. dolarów. Potem znów spadł w okolice 10 tys. dolarów. Podawanie kursu kryptowalut w papierowym magazynie nie ma zwyczajnie sensu.

W ostatnim roku waluty wirtualne znalazły się na prawdziwym roller-coasterze. Zainteresowanie inwestycjami w kryptowaluty rośnie, ale regulatorzy ostrzegają. Niektóre państwa próbują ograniczyć handel i kopanie BTC. Inne wprowadzają coraz bardziej liberalne przepisy, np. Białoruś.

W kryptowaluty najpierw uderzyły chińskie władze, które zakazały finansowania poprzez ICO (initial coin offering). Następna była Rosja. Zainteresowane uregulowaniem rynku są także Korea Płd., Japonia, poszczególne państwa UE oraz USA. Przed inwestowaniem w BTC przestrzega także Narodowy Bank Polski i Komisja Nadzoru Finansowego.

BTC i inne kryptowaluty budzą skrajne emocje – albo jest się ich entuzjastą, albo sceptykiem. Wielkie finansowe głowy naszych czasów ostrzegają przed ryzykiem związanym z lokowaniem kapitału w BTC: „To celowe zniechęcanie, oni chcą mieć kontrolę nad Waszymi pieniędzmi, a przez kryptowaluty ją tracą" – odpowiadają entuzjaści. Bitcoin to oczywiście niejedyna krytpowaluta. Olbrzymie wzrosty i wahania dotyczą także etherum i ripple. Na rynku pojawiły się też rodzime produkty.

Gdy Polski Akcelerator Blockchain ogłosił, że pracuje nad polską wersją zapisu Złotego w oparciu o technologię blockchain, to Ministerstwo Cyfryzacji wycofało swój patronat nad tą instytucją. Oficjalnie regulatorzy wspierają rozwój technologii rejestrów rozproszonych, ale do kryptowalut podchodzą z rezerwą lub niechęcią. Sytuacja jest dynamiczna.

## Karta płatnicza Twoim biletem. Ciekawy projekt pilotażowy w Łodzi

MPK-Łódź, Mastercard i Mennica Polska wspólnie ogłosiły udostępnienie w łódzkiej komunikacji miejskiej nowego, elektronicznego systemu rozliczania przejazdów. Dzięki niemu pasażerowie nie będą musieli kupować osobnych biletów – tę funkcję przejmą ich własne karty płatnicze.

Źródło: Pixabay

W efekcie płacenie za przejazdy stanie się szybsze, prostsze i wygodniejsze. Rozwiązanie udostępniono 16 września 2017 r. w ramach projektu pilotażowego, który obejmie linie tramwajowe 10A i 10B. To system jeden z najnowocześniejszych na świecie, oparty na cyfrowej wymianie informacji, a dzięki jego wdrożeniu Łódź stanie się pierwszą dużą aglomeracją w Polsce, która wykorzysta go do sprawnej i efektywnej kosztowo obsługi pasażerów. Podobne systemy funkcjonują już w wybranych europejskich miastach, takich jak m.in. Londyn czy Madryt.

Aby system mógł działać, w każdym z tramwajów jeżdżących na linii 10A oraz 10B zainstalowane zostały nowoczesne kasowniki, wyposażone w wyświetlacz LCD, dostarczone przez Mennicę Polską. W sumie to 130 urządzeń w 21 pojazdach zatrzymujących się na 33 przystankach.

System oparty jest na nowej taryfie Wejście/Wyjście. Umożliwia ona zapłacenie tylko za faktycznie przejechaną liczbę przystanków, ponieważ informację tę odnotowuje system.

Opłaty odpowiadają kwotom z taryfy czasowej. Przykładowo, przejechanie 13 przystanków zajmuje około 20–21 minut i kosztuje 2,80 zł, tak jak w przypadku biletu 20-minutowego. Przewaga taryfy przystankowej polega na tym, że pasażer płaci dokładnie za tyle, ile przejechał, nie nadpłaca zaś za minuty, z których nie skorzystał.

Dzięki wyposażeniu kasowników w funkcję terminala karta płatnicza może z powodzeniem pełnić rolę biletu komunikacji miejskiej. Kasownik taki łączy się z serwerami MPK-Łódź, które wyliczają należną opłatę za przejazd. Następnie otwierane jest połączenie z siecią płatności

# Kredyt zaufania do firm pożyczkowych już na 17%

Z corocznego badania reputacji sektora finansowego przeprowadzanego przez Kantar TNS wynika, że firmom pożyczkowym ufa 17% Polaków. Dla porównania Narodowemu Bankowi Polskiemu ufa 66% badanych, bankom działającym w Polsce – 62%, instytucjom ubezpieczeniowym – 44%, a SKOK-om – 24%. Na tym tle wynik instytucji pożyczkowych wydaje się niski, ale to tylko pozory.

Zaufanie zmniejsza koszty – to stwierdzenie jest jednym z fundamentów nowoczesnej ekonomii. Budowanie zaufania w przypadku instytucji pożyczkowych to ciężka praca u podstaw, ale najnowsze wyniki pokazują, że zaczyna przynosić owoce. W 2017 r. instytucje pożyczkowe (ufa im 17% badanych) znalazły się na tym samym poziomie wiarygodności, na którym w 2016 r. znajdowały się SKOK-i, przy czym pamiętajmy, te drugie, mimo kłopotów systemowych, są jednak podmiotami licencjonowanymi i nadzorowanymi.

Analiza trendu pokazuje, że wskaźnik zaufania przeciętnie rośnie dla wszystkich podmiotów objętych badaniem, ale najdynamiczniej właśnie dla firm pożyczkowych. W przypadku banków z roku na rok zwiększył się o 1,6%; Komisji Nadzoru Finansowego – o 13,5%; Otwartych Funduszy Emerytalnych – o 20%, a dla SKOK-ów – o ponad 40%. Instytucje pożyczkowe w ciągu roku powiększyły zaufanie aż o 54%. Mimo statystycznego efektu niskiej bazy, to jednak bezsprzecznie imponujący wzrost.

Drugim faktem przemawiającym za tezą o rosnącej wiarygodności pozabankowych podmiotów kredytowych jest spadający o blisko 7% odsetek osób, które deklarują „brak zaufania" do instytucji pożyczkowych. Spośród 13 badanych kategorii podmiotów odsetek osób deklarujących „brak zaufania" spadł tylko w dwóch przypadkach. Innymi słowy, poziom reputacji instytucji pożyczkowych cechują trzy czynniki: silna dynamika wzrostu zaufania przy jednoczesnym solidnym spadku odsetka osób deklarujących jego brak oraz bardzo mała grupa niezdecydowanych, która wynosi raptem 8%.

Nominalnie stosunkowo wysoka nieufność do niebankowych podmiotów udzielających pożyczek swoje źródła ma w mitach wytworzonych w latach 90. XX w. przez działalność nieprofesjonalnych, lokalnych inicjatyw pożyczkowych i firm, które nadużywały zaufania, a często działały poza granicami prawa. Mało kto jednak zdaje sobie sprawę, że najstarsze internetowe instytucje pożyczkowe, które dziś są liderami rynku, działalność zaczynały zaledwie 4 lata temu i nie mają nic wspólnego z nadużyciami nagłaśnianymi przez media.

Źródło: Pixabay

W tym kontekście wizerunkowi branży w ostatnich latach ciążył również brak sensownych regulacji. Tymczasem w marcu 2016 roku w życie weszły przepisy, które ograniczyły maksymalne koszty kredytu oraz nałożyły na firmy pożyczkowe nowe wymogi organizacyjne. W ramach ustawy powołującej Rzecznika Finansowego na instytucje pożyczkowe nałożono wymogi informacyjne. Ustawa o podatku od niektórych instytucji finansowych obciążyła je tzw. podatkiem bankowym. Z kolei wchodząca niebawem w życie ustawa o kredycie hipotecznym ogranicza możliwość udzielania kredytów hipotecznych tylko do banków i SKOK-ów; wprowadza nowe obowiązki w zakresie reklamy oraz tworzy długo postulowany przez Polski Związek Instytucji Pożyczkowych publiczny Rejestr Instytucji Pożyczkowych przy Komisji Nadzoru Finansowego. Podsumowując – obecnie instytucje pożyczkowe działają w jasnym i czytelnym reżimie prawnym, co w latach następnych powinno przełożyć się na dalszy wzrost zaufania.

O tym, że zaufanie w relacji konsument – firma pożyczkowa nie jest nadużywane, świadczą niezależne dane. Ze sprawozdania Rzecznika Finansowego wynika, że liczba skarg dotyczących instytucji pożyczkowych w 2016 roku wy-

niosła 210 na 3723 wnioski przypadające na cały sektor finansowy (udział 5,6%), a pamiętajmy, że klientami firm pożyczkowych są rocznie prawie 3 mln osób.

Zbudowanie wzajemnego zaufania wewnątrz branży, z regulatorem oraz z konsumentami, to misja, którą Polski Związek Instytucji Pożyczkowych realizował od początku swego powstania, między innymi poprzez rozwiązania, których celem jest zwiększenie poziomu ochrony konsumentów na rynku usług finansowych. Wzrost zaufania to także konsekwencja działań całej branży, zmierzających do samoregulacji w zakresie kredytu konsumenckiego, wprowadzenia Kodeksu Dobrych Praktyk Reklamy oraz zwrócenie uwagi na istotne problemy społeczne, np. aktywne przeciwdziałanie negatywnym skutkom kradzieży tożsamości, czemu zaradzić ma udostępnienie bezpłatnego systemu Bezpieczny PESEL.

Dla podmiotów z całego sektora finansowego zaufanie jest kapitałem, który należy pomnażać. Dlatego strategicznym celem organizacji samorządowej, jaką jest Polski Związek Instytucji Pożyczkowych, jest, aby do 2025 r. poziom zaufania do instytucji pożyczkowych nie był niższy niż średnia dla innych badanych podmiotów sektora finansowego. Ciągły i rozważny dialog, wspólne i skuteczne działania w interesie konsumentów oraz udział w debacie publicznej nad przyszłością rozwoju branży, to praca, która musi zostać wykonana, aby już uzyskany kredyt zaufania spłacić.

# Publiczny Rejestr Instytucji Pożyczkowych przy KNF

Ustawa o kredycie hipotecznym wprowadziła istotne zmiany dla instytucji pożyczkowych, m.in. ograniczyła możliwość udzielania kredytów hipotecznych tylko do banków i SKOK-ów oraz stworzyła Rejestr Instytucji Pożyczkowych przy Komisji Nadzoru Finansowego. Wprowadzono także ograniczenia w zakresie reklamy kredytu konsumenckiego.

Polski Związek Instytucji Pożyczkowych od dawna zabiegał o powstanie publicznego rejestru instytucji pożyczkowych w celu zwiększenia nadzoru nad rynkiem i wykluczenia z niego przedsiębiorstw parafinansowych, które nie spełniają kryteriów ustawowych do prowadzenia działalności pożyczkowej w oparciu o ustawę o kredycie konsumenckim.

Powstanie Rejestru Instytucji Pożyczkowych przy Komisji Nadzoru Finansowego wzmacnia ochronę klientów korzystających z oferty legalnie funkcjonujących przedsiębiorstw. Klient w każdej chwili będzie mógł w prosty sposób zweryfikować, czy instytucja pożyczkowa, z której usług korzysta, znajduje się w się publicznym rejestrze, a co za tym idzie – spełnia wymogi ustawowe, czyli działa w sposób legalny. Obecnie działające instytucje pożyczkowe mają obowiązek uzyskać wpis do publicznego rejestru do stycznia 2018 roku.

Polski Związek Instytucji Pożyczkowych również w pełni popierał ograniczenie możliwości udzielania kredytów hipotecznych tylko do banków i SKOK-ów. Instytucje pożyczkowe są ważnym i potrzebnym elementem rynku kredytu konsumenckiego, ale w żadnej mierze, z racji braku dostępu do taniego kapitału na równi z podmiotami nadzorowanymi, nie mogą prowadzić równorzędnej konkurencji w obrębie kredytów hipotecznych.

W związku z uruchomieniem publicznego rejestru Polski Związek Instytucji Pożyczkowych od stycznia 2018 roku zakończył prowadzenie branżowego rejestru uruchomionego w 2015 roku.

W ramach ustawy o kredycie hipotecznym dokonano także zmian w zakresie reklamy kredytu konsumenckiego. 22 października 2017 r. zmieniły się zasady prezentowania istotnych składników reklamy – informacje o oprocentowaniu i opłatach, a także RRSO należy podać w sposób „co najmniej tak samo widoczny, czytelny i słyszalny".

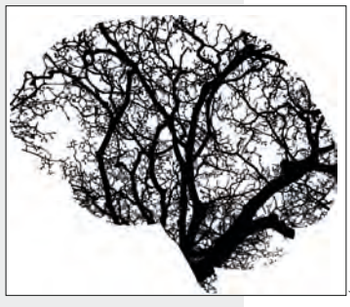
Źródło: Flickr

bezgotówkowych, a opłata jest uiszczana bezpośrednio z konta bankowego powiązanego z kartą płatniczą użytą przez pasażera. Komunikacyjny fintech!

## Sztuczna inteligencja przyniesie miliardy dolarów zysków

Z badań firmy Salesforce wynika, że sztuczna inteligencja wykorzystana w rozwiązaniach wspomagających sprzedaż, marketing i obsługę klienta będzie motorem rozwoju światowej gospodarki. Do 2021 r. sztuczna inteligencja przyczyni się do wzrostu przychodów firm o ponad bilion dolarów.

Cyfrowa transformacja, którą od kilku lat przechodzą przedsiębiorstwa, przybiera na sile i obecnie wchodzi na nowy poziom, jakim jest upowszechnienie sztucznej inteligencji (AI). Ponad 40% firm twierdzi, że do końca 2018 roku zaadaptują w jakiejś formie rozwiązania wykorzystujące sztuczną inteligencję. W efekcie za rok aż 75% przedsiębiorstw będzie posiadać funkcje AI w co najmniej jednej aplikacji. Takie doniesienia płyną z badania przeprowadzonego przez IDC na zlecenie Salesforce ujętego w raporcie „A Trillion-Dollar Boost: The Economic Impact of AI on Customer Relationship Management".


Źródło: Pixabay

Badanie wskazuje, że istotny wpływ na wzrost przychodów firm mają wyposażone w sztuczną inteligencję rozwiązania CRM rozumiane jako zintegrowane narzędzia wspomagające sprzedaż, marketing i obsługę klienta. W skali globalnej do 2021 r. rozwiązania wyposażone w AI pozwolą przedsiębiorstwom zwiększyć przychody o 1,1 bln USD. Przy takim tempie rozwoju ma powstać 800 tys. nowych miejsc pracy. W ciągu 5 lat (od 2016 do 2021 r. ) wartość rynku rozwiązań CRM z zaimplementowaną AI wzrośnie z 7,9 mld USD do 46,3 mld USD.

Sztuczna inteligencja ma silny wpływ na zmianę środowiska pracy. I chociaż niektórzy analitycy prognozują, że automatyzacja napędzana rozwiązaniami AI wpływa na niemal połowę (49%) rodzajów aktywności zawodowych i spowoduje zniknięcie 5% profesji, badania Salesforce wskazują, że rezultatem wdrożeń AI będzie przede wszystkim wzrost produktywności i wydajności pracowników, a nie ich wykluczanie z rynku.

## Rosną dochody z tytułu VAT

Ministerstwo Finansów przedstawiło dane dotyczące dochodów i zwrotów VAT od 2007 roku. Dane pokazują, że wprowadzone przez obecny rząd rozwiązania skutecznie wpływają na poprawę ściągalności podatku od towarów i usług, ograniczając skalę nadużyć przy równoczesnym skróceniu okresu wypłaty należnych zwrotów VAT.

Źródło: Ministerstwo Finansów

Z danych resortu finansów wynika, że w ujęciu kasowym w 2008 roku dochody z tytułu VAT wyniosły 101 mld zł, by już w następnym roku zmaleć o ponad 1 mld zł. W 2011 roku odnotowaliśmy 120 mld zł dochodów z tytułu tego podatku, ale już w kolejnych latach wpływy – i to pomimo wzrostu gospodarczego – spadły do 113 mld zł. W latach 2008–2015 dochody z VAT wzrosły jedynie o 21% w ujęciu kasowym i o około 24% w ujęciu ESA 2010, przy wzroście nominalnego PKB w tym okresie o 40%. Skumulowana luka w VAT za lata 2008–2015 wynosiła ponad 262 mld zł.

Resort finansów utrzymuje, że główną przyczyną wzrostu dochodów z VAT było uszczelnienie systemu podatkowego, które skutkowało zmniejszeniem deklarowanych kwot zwrotów (o 4,19 mld zł) oraz zwiększeniem o około 9,73 mld zł wpływów z VAT. Jednocześnie resort przedstawił dane, z których wynika, że terminy zwrotów VAT uległy skróceniu przeciętnie o 4 dni.

Z danych za grudzień 2017 roku wynika, że dochody z VAT-u były o 30 mld zł wyższe niż w analogicznym okresie rok wcześniej. Oznacza to, że tylko w grudniu dochody z tytułu tego podatku wyniosły 10,4 mld zł. Resort finansów nie zdecydował się na wcześniejsze zwroty nadpłaconego podatku. Oznacza to, że w pierwszych miesiącach 2018 roku nie odnotujemy nadzwyczajnej dynamiki wzrostu z uwagi na „brak efektu niskiej bazy".

Obławy na tzw. mafię vatowską wciąż trwają. Informacje o skali wyłudzeń w latach ubiegłych są porażające. Brakuje jednak rozliczeń (nie tylko politycznych) dla odpowiedzialnych za uchybienia. Mechanizm wyłudzeń nie był skomplikowany. System można było uszczelnić już dawno.

# Duże oczekiwania wobec nowego rządu

11 grudnia 2017 roku Mateusz Morawiecki zastąpił Beatę Szydło na stanowisku premiera. Rekonstrukcja była oczekiwana od września. Do końca nie było jasne, który scenariusz zostanie zrealizowany. Media spekulowały także, że premierem miał zostać Jarosław Kaczyński. Ostatecznie szef PiS postawił na superministra Morawieckiego. Beata Szydło pozostała w rządzie jako wicepremier odpowiedzialny za sprawy społeczne.

Grudniowa rekonstrukcja była tylko preludium do głębszych zmian.Do 9 stycznia 2018 roku trwała giełda nazwisk, która objęła praktycznie wszystkich ministrów z rządu Szydło. We wtorek przed południem wszystko było już jasne: z teką ministra pożegnali się Jan Szyszko (minister środowiska), Konstanty Radziwiłł (minister zdrowia), Antoni Macierewicz (minister obrony narodowej), Anna Streżyńska (minister cyfryzacji) i Witold Waszyczkowski (minister spraw zagranicznych).

Tekę po Antonim Macierewiczu przejął Mariusz Błaszczak – dotychczasowy minister spraw wewnętrznych i administracji. Nowym szefem MSWiA został Joachim Brudziński. Nowym szefem resortu środowiska został Henryk Kowalczyk, który wcześniej był szefem Komitetu Stałego Rady Ministrów. Witolda Waszczykowskiego zastąpił Jacek Czaputowicz – przed nowym szefem dyplomacji stoi trudne zadanie poprawy relacji z Unią Europejską. Nowym ministrem zdrowia – za Konstantego Radziwiłła - został Łukasz Szumowski. Ministerstwo Cyfryzacji pozostało nieobsadzone – bezpośredni nadzór sprawować będzie premier Morawiecki.

Zmianie uległa również struktura rządu. Ministerstwo Rozwoju i Finansów podzielono znów na trzy osobne resorty: Ministerstwo Finansów z Teresą Czerwińską na czele; Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju, którego szefem został Jerzy Kwieciński oraz Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii, którym przewodzić będzie Jadwiga Emilewicz.

Niejasna jest przyszłość Ministerstwa Cyfryzacji. Bezpośredni nadzór nad nim sprawuje Mateusz Morawiecki. W pierwszej chwili media informowały o likwidacji tego resortu - z uwagi na nieobsadzenie wakatu po Annie Streżyńskiej. Cyfryzacja to bardzo trudny resort, gdzie potrzeba nie tylko fachowców od prawa i technologii, ale także zaplecza politycznego, które jest niezbędne w procesie cyfryzacji państwa. Ministerstwo Cyfryzacji niejako narusza kompetencje praktycznie każdego z resortów, a w szczególności MON i MSWiA. Przejęcie bezpośredniego nadzoru przez premiera może zatem ukrócić ministerialne przepychanki i przyśpieszyć wdrażanie nowych projektów. Wiele wskazuje też na to, że Morawiecki będzie sprawował także nadzór nad GPW.

Rekonstrukcja trwała 109 dni – od momentu jej zapowiedzi do faktycznych zmian w rządzie. Można określić ją mianem głębokiej m.in. ze względu na duże zmiany w resortach siłowych, a zwłaszcza dymisji Antoniego Macierewicza. Zdaniem ekspertów doszło do przesunięcia rządu ku centrum.

**Źródło: Kancelaria Prezesa Rady Miinistrów. Nowy rząd Mateusza Morawieckiego.**

# Ewa Wernerowicz przejmuje stery w Vivus Finance

**Ewa Wernerowicz (na zdjęciu) zastąpiła Loukasa Notopolulosa na stanowisku prezesa Vivus Finance.**

Zmiany w zarządzie Vivus Finance - polskiego oddziału międzynarodowego lidera fintechu - Grupy 4Finance. Ewa Wernerowicz, dotychczasowa dyrektor zarządzająca ds. operacyjnych została nowym prezesem firmy. Wernerowicz jest doświadczonym managerem, który z sukcesem rozwijał Citifinancial i Polbank. Z Vivusem związana jest od samego początku – nadzorowała wszystkie działania spółki i odpowiada za doskonałe wyniki, które Vivus osiąga. Na stanowisku prezesa zastąpi Loukasa Notopoulosa odchodzącego z końcem 2017 r.

Vivus to fintech pożyczkowy, działający na polskim rynku od 2012 roku. Zaoferował klientom rozwiązania digital lending i samodzielnie odpowiada za budowę sektora pożyczek internetowych w Polsce. Wprowadzone przez Vivusa rozwiązania technologiczne rozpoczęły rewolucję w sektorze finansów osobistych. Dzisiaj rynek, na którym operuje wart jest ponad 6 miliardów złotych. Regulowany jest przez KNF oraz UOKiK, ale również monitorowany przez Polski Związek Instytucji Finansowych.

Zmiany w zarządzie nie oznaczają, że spółka planuje zwolnić tempo. Wręcz przeciwnie. Ewa Wernerowicz ma szerokie plany wobec Vivusa: W 2018 roku umocnimy swoją pozycję na dotychczasowym rynku oraz znacząco rozwiniemy kolejne produkty, które mają ogromny potencjał. Będziemy obsługiwali wszystkie segmenty rynku. Na pokładzie mamy najlepszą załogę fintechową w Polsce. Nasz biznes się rozwija, firma odnosi sukcesy. W ciągu 5 lat przebyliśmy drogę od start upu do jednej z tysiąca największych firm w Polsce. Przed nami kolejne wyzwania oraz ambitne plany.

Odchodzący prezes Vivusa, Loukas Notopoulos dodaje: Jednym z najważniejszych wyzwań, z którymi zmierzyłem się w Vivusie, było przygotowanie wyższej kadry managerskiej, by mogła poprowadzić firmę do dalszych sukcesów. Udało mi się tego dokonać. To cecha dużej dojrzałości organizacji, która jest w stanie wypromować nowego prezesa wewnętrznie, nie szukając kandydatów poza nią. Ewie życzę powodzenia. Jestem pewny, że świetnie się odnajdzie w nowej roli.

Ewa Wernerowicz to lider z wieloletnim doświadczeniem w zarządzaniu operacjami i projektami strategicznymi oraz ekspert w dziedzinie technologii w finansach. Karierę zawodową rozpoczęła, jako przedsiębiorca w branży turystycznej. Kolejne lata przyniosły jej jednak doświadczenia kierownicze w jednym największych międzynarodowych banków. Uczestniczyła w tworzeniu wielokrotnie nagradzanych instytucji finansowych na polskim rynku. Wśród nich, obok Polbank EFG oraz Citifinancial, jest także Vivus.pl. To dzięki jej wysiłkom departament Customer Care Vivusa pięciokrotnie został nagrodzony Gwiazdą Jakości Obsługi Klienta. Jest absolwentką Akademii Morskiej w Gdyni oraz podyplomowych studiów Innovation Leadership prowadzonych przez Szkołę Główną Handlową.

Do zarządu Vivusa dołącza również Katarzyna Jóźwik, dotychczasowa dyrektor zarządzająca ds. rozwoju biznesu. Jako wiceprezes wykorzysta swoje bogate doświadczenie w marketingu, by ułatwić firmie dalszy rozwój i ekspansję na kolejne rynki.

## Marek Dietl prezesem Zarządu GPW

26 września 2017 r. Komisja Nadzoru Finansowego wydała zgodę na powołanie Marka Dietla w skład Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie i powierzenie mu funkcji prezesa Zarządu. 19 czerwca 2017 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie GPW podjęło decyzję o powołaniu go na stanowisko prezesa Zarządu GPW, zaś 26 września, po otrzymaniu wymaganej zgody Komisji Nadzoru Finansowego, Marek Dietl objął stanowisko prezesa Zarządu GPW.

– Dziękuję pracownikom, członkom Zarządu i Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie za ich pracę w okresie oczekiwania na powołanie prezesa. Praca w okresie przejściowym jest trudna. Można śmiało stwierdzić, że wszyscy stanęli na wysokości zadania, dbając o Giełdę i cały rynek kapitałowy. Ogromnie się cieszę, że dołączam do tak profesjonalnego zespołu – powiedział Marek Dietl, prezes Zarządu GPW.

Źródło: GPW

Marek Dietl jest absolwentem Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Tytuł doktora nauk ekonomicznych uzyskał w Instytucie Nauk Ekonomicznych PAN. Podczas studiów doktoranckich odbył staż na University of Glasgow. Od 2012 r. jest adiunktem Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie (SGH).

Na skuteczne powołanie nowego prezesa GPW czekaliśmy od 4 stycznia 2017 roku, czyli 9 miesięcy.

## Nowa prezes Providenta

Od 1 stycznia 2018 roku nowym prezesem Provident Polska jest Agnieszka Kłos. Na tym stanowisku zastąpi ona Davida Parkinsona, który został dyrektorem zarządzającym regionu Europy Północnej (Polska i Czechy). Agnieszka Kłos pracuje w Providencie od 2007 roku. Od 2016 roku pełniła funkcję członka zarządu odpowiedzialnego za pion sprzedaży. Do zarządu Providenta dołączył także Tomasz Skiba.

### JP Morgan otworzy oddział w Polsce

JP Morgan Chase to największy bank w USA i jeden z największych holdingów finansowych na świecie. Aktywa banku to 2,5 bln USD. Niedługo otworzy siedzibę także w Polsce.

W 2016 roku JP Morgan zatrudniał ponad 250 tys. pracowników na całym świecie. W USA należy do tak zwanej bankowej Wielkiej Czwórki, razem z Bank of America, Citigroup i Wells Fargo. W liczbie aktywów JP Morgan przewyższa tylko kilka azjatyckich banków – kilka z Chin i jeden z Japonii. Oddział w Polsce docelowo ma zatrudniać ponad 2 tys. osób.

Źródło: Pixabay

Uruchomienie departamentu JP Morgan nad Wisłą to informacja o dużym znaczeniu strategicznym. Polska to coraz bardziej interesujący kierunek dla biznesu – ogłosili zgodnie eksperci. W istocie, z miana państwa znajdującego się wśród państw rozwijających się powoli zaczynamy być klasyfikowani jako rozwinięta gospodarka.

Tak uczyniła m.in. agencja indeksowa FTSE Russell, która 29 września 2017 r. ogłosiła wyniki corocznej klasyfikacji krajów pod względem statusu rozwoju. Polska została przekwalifikowana z Emerging Markets do Developed Markets.

### Kornel Morawiecki naprzeciw oszustom finansowym

Pod koniec listopada szef ugrupowania Wolni i Solidarni Kornel Morawiecki uruchomił program społeczny "Pomagamy i zmieniamy". Jego celem jest przeciwdziałanie oszustom finansowym, którzy oferują wysokooprocentowane pożyczki na bardzo niekorzystnych zasadach, czym doprowadzają swoich klientów do uwięzienia w pętli kredytowej i faktycznej deprywacji materialnej.

Zdaniem Kornela Morawieckiego w Polsce mamy wystarczające uregulowania prawne przeciw tego typu nadużyciom, ale "zachodni kapitał potrafi je umiejętnie obchodzić".

Inicjatywa Marszałka Seniora ma nie tylko pomóc poszkodowanym, ale także pozwolić ocenić rzeczywistą skalę problemu.

## Polski fintech na prestiżowej liście 2017 KPMG Fintech100

W najnowszym zestawieniu firmy doradczej KPMG International i H2 Ventures pt. „2017 KPMG Fintech100 – Global Fintech Innovators" przedstawiono 50 wiodących fintechów na świecie oraz 50 najbardziej obiecujących fintechów, wykorzystujących innowacyjne technologie i często bazujące na zupełnie nowych modelach biznesowych. Na liście znalazła się również firma z Polski – Creamfinance.

Lista wiodących fintechów została stworzona na podstawie analizy wielkości i szybkości pozyskania kapitału, skali międzynarodowej działalności spółki oraz dywersyfikacji usługowej. Na liście wiodących fintechów dominują spółki chińskie (aż 5 z nich znalazło się w pierwszej dziesiątce), co w naturalny sposób odzwierciedla skalę rynku konsumenckiego w Chinach. Spółki, które znalazły się na liście 50 wiodących fintechów przyciągnęły już znaczących inwestorów – w ostatnim roku spółki te pozyskały 4,7 mld USD (12 z nich pozyskało finansowanie przekraczające 100 mln USD). W przypadku listy 50 rozwijających się fintechów w raporcie zastosowano kryterium wyboru oparte na innowacyjności produktów, usług czy modelu biznesowego danej spółki.

– Fintechy czyli spółki rozwijające innowacyjne technologie, rozwiązania oraz modele biznesowe dla sektora usług finansowych, przyczyniają się do rozwiązania kluczowych wyzwań tego sektora: poprawy doświadczeń klientów, stworzenia nowych produktów i usług, obniżenia kosztów czy skutecznej transformacji biznesowej w dynamicznie zmieniającym się cyfrowym świecie. Rozwój fintechów jest obecnie bacznie obserwowany przez banki, instytucje płatnicze, towarzystwa ubezpieczeniowe, jak również regulatorów sektora – mówi Leszek Wroński, partner, szef działu usług doradczych w KPMG w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej.

W zestawieniu KPMG dominują spółki pożyczkowe (32 spółki) oraz oferujące usługi płatności elektronicznych (21 spółek). Ponadto zaklasyfikowały się również spółki z innowacyjnymi rozwiązaniami dla transakcji na rynku kapitałowym czy dla sektora ubezpieczeniowego. Lista obejmuje kilka spółek budujących rozwiązania z zakresu cyberbezpieczeństwa, z branży regulacji sektorowych (tzw. regtech), jak również oferujące zaawansowane rozwiązania oparte na analizie danych. Aż 73 spółki spośród 100 mają charakter „dysruptorów", tzn. takich, które „zaburzają" istniejące modele biznesowe i operacyjne w sektorze usług finansowym. Zjawisko fintechów jest jednak ogólnoświatowe – KPMG umieściło na swojej liście spółki z 29 krajów. Najwięcej, bo aż 40 spółek jest z regionu EMEA (Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki).

– Wśród 50 najbardziej obiecujących fintechów na świecie znalazła się polska spółka, działająca skutecznie na rynku pożyczkowym w kilku krajach. Pokazuje to, że innowacyjne rozwiązania mogą być z sukcesem budowane w Polsce, jak również szybko zdobywać zagraniczne rynki – mówi dr Jerzy Kalinowski, doradca zarządu KPMG w Polsce.

## Polskie firmy nie boją się hakerów

Wartość rynku cyberprzestępczego jest większa niż narkotykowego. W badaniu przeprowadzonym przez KPMG aż 84% ankietowanych firm uznało cyberprzestępczość za realne zagrożenie dla firmy.

Pomimo tego, że firmy zdają sobie sprawę z zagrożeń, co trzeci przedsiębiorca przyznaje, że nie podejmuje żadnych działań, które mogłyby go uchronić przed zagrożeniem ze strony cyberprzestępców. Jest to bardzo niebezpieczne zjawisko. Właściele firm często nie zdają sobie sprawy, że utrata środków z konta firmy to „łagodny scenariusz" cyberataku. Do tego należy doliczyć pozwy za wyciek danych i utratę reputacji. Cybeprzestępcy mogą doprowadzić do bankructwa firmy. W przypadku większych podmiotów duże zagrożenie stanowią na pozór niewinne ataki, np. drobne fraudy. Nie wolno ich bagatelizować, bo świadczą one o słabości naszych zabezpieczeń. Niestety, bardzo często współsprawcami cybeataków są pracownicy firmy. Obecnie praktycznie każda firma musi zmierzyć się z problemem bezpieczeństwa danych. Instytucjom pożyczkowych zaleca się szczególną dbałość ze względu na duże ryzyko reputacyjne. Media znacznie surowiej podchodzą do kredytodaców niż do mechaników.

# Polish API powstanie już niebawem

Prace nad PSD2 nie zwalniają tempa. Jednym z elementów wdrożenia unijnej dyrektywy w Polsce jest tak zwane Polish API, czyli dedykowany interfejs, który umożliwi firmom trzecim dostęp do rachunków bankowych. Związek Banków Polskich poinformował o rozpoczęciu konsultacji do projektu.

Polish API to dedykowany interfejs dla TPP (Third Party Providers), który umożliwi im dostęp do rachunków bankowych. Ze względu na dyrektywę PSD2 banki muszą otworzyć swoje bazy danych i udostępnić je firmom zewnętrznym – przede wszystkim fintechom. Oczywiście za zgodą klientów.

PolishAPI to odpowiedź polskiego sektora płatniczego (banków i podmiotów niebankowych) na potrzebę umocnienia innowacji finansowej w Polsce w niedyskryminujący i zrównoważony sposób. Inicjatywa budowy sektorowego standardu PolishAPI ma również na celu obniżenie kosztów implementacji wymogów dyrektywy PSD2 (wraz z towarzyszącymi jej innymi aktami prawnymi) dla instytucji płatniczych oraz podmiotów trzecich. Wiele fintechów czeka na to z niecierpliwością.

# Kokos.pl otwarty tylko dla profesjonalnych pożyczkodawców

8 listopada 2017 r. zmieni się regulamin serwisu Kokos.pl. Nowe brzmienie regulaminu związane jest z zaplanowaną na styczeń 2018 r. zmianą modelu udzielania pożyczek w serwisie Kokos.pl należącego do Blue Media S.A.

Zmiana modelu udzielania pożyczek podyktowana jest wejściem w życie ustawy z dnia 23 marca 2017 r. o kredycie hipotecznym oraz o nadzorze nad pośrednikami kredytu hipotecznego i agentami, która zmienia m.in. ustawę o kredycie konsumenckim, a także zmianą podejścia organów nadzorczych do udzielania pożyczek w modelu social lending. Kokos.pl poinformował klientów, że od stycznia 2018 roku za pośrednictwem należącej do nich platformy kredytów udzielać będą mogły jedynie instytucji pożyczkowe, które uzyskały wpis do Rejestru Instytucji Pożyczkowych przy Komisji Nadzoru Finansowego. Przepisy regulujące kredyt konsumencki nie były jedynym powodem zmian - w grę wchodziły również niejasne kwestie podatkowe, a konkretnie granicą pomiędzy pożyczaniem w celach osobistych a pożyczaniem pieniędzy w ramach działalności gospodarczej. Operator serwisu Kokos.pl zapewnia, że wprowadzone zmiany mają po prostu zwiększyć przejrzystość tego rynku, bezpieczeństwo inwestorów oraz samych pożyczkobiorców.

Kokos.pl powstał 10 lat temu. Wówczas social lending w Polsce dopiero raczkował, a na lokalnym rynku działały tylko trzy platformy: Monetto.pl, Finansowo.pl i Kokos.pl. Do dziś pozostały tylko dwie ostatnie, choć to Kokos.pl przebił się trochę szerzej. Pionierzy szybko zyskali wielu lokalnych naśladowców i konkurencję zagranicznych potentatów. Po drodze rynek P2P lending przechodził liczne perturbacje: Zakra.com trafiła na listę ostrzeżeń KNF; dowiadywaliśmy się, że władze chińskiego Ezubao trafiły do więzienia pod zarzutem defraudacji 7,6 mld dol.; w niejasnej atmosferze zawieszał działalność szwedzki Trustbuddy.com; a globalny gracz Zopa.com po licznych zapowiedziach wejścia do Polski, ostatecznie nie pojawił się nad Wisłą.

Te porażki nie zostały zrównoważone przez żadne rynkowe sukcesy, a w międzyczasie niemal cały rynek został zjedzony przez profesjonalne internetowe firmy pożyczkowe. Obecnie rynek social lending w Polsce wyceniany jest na nie więcej niż 50 mln zł rocznie, co stanowi tylko 0,8% wartości pożyczek udzielanych przez instytucje pożyczkowe.

Kokos.pl zawsze dbał reputację i przejrzystość w komunikacji. Dlatego informacja o tym, że lider zmienia profil działalności jest symptomatyczna dla całej przyszłości P2P lending w Polsce i wpisuje się w oczekiwania regulatora. Przekaz jaki od pewnego czasu płynie mówi, że na naszym rynku nie ma miejsca na nieprofesjonalne pożyczki, ani nawet na social lending, którego koszty przekraczają to co dozwolone w odsetkach z Kodeksu Cywilnego. Metamorfoza Kokosa na pewno zyska ciche uznanie KNF, która dość krytycznie patrzy na nielicencjonowane możliwości inwestycyjne dla osób fizycznych.

## Co z projektem "10+10"?

Projekt limitujący maksymalne pozaodsetkowe koszty kredytu konsumenckiego oficjalnie znajduje się na etapie konsultacji, w ramach których głos zabrało blisko 30 organizacji - większość popierała intencje, ale jednocześnie była krytyczna wobec limitu. Niezbyt przychylne były także uwagi instytucji publicznych i poszczególnych resortów. Ewentualne wprowadzenie w życie zaproponowanego limitu doprowadziłoby do likwidacji legalnego sektora pozabankowego kredytu konsumenckiego w Polsce.

Limit kosztów pozaodsetkowych obniżono w marcu 2016 roku. W 2017 roku uruchomiono Rejestr Instytucji Pożyczkowych przy KNF. Ograniczono także możliwość udzielania kredytów hipotecznych tylko do banków i SKOK-ów.

Resort sprawiedliwości planował zaostrzenie przepisów karnych odnoszących się do przestępstwa "lichwy". Obecne sformułowanie tego artykułu nie pomaga prokuratorom w ściganiu ewidentnych nadużyć zwykle dotyczących osób fizycznych udzielających drobnych pożyczek pod zastaw mieszkania. Prace legislacyjne prawdopodobnie skupią się właśnie na tym, by doprecyzować i zaostrzyć przepisy karne.

## Hiszpanie chcą uregulować firmy pożyczkowe

Kortezy Generalne zajęły się tematem uregulowania szybkich pożyczek pozabankowych w Hiszpanii. Inicjatorem jest Partia Ludowa. Problem w izbie niższej referowała deputowa ludowców Susana Lopez Ares. Ludowcy twierdzą, że lata kryzysu stworzyły doskonałe warunki do rozwoju pozabankowych firm pożyczkowych, które nie znajdują się pod żadnym szczególnym nadzorem. Zwracają uwagę

**Susana Lopez Ares**

Źródło: Twitter

na bardzo wysokie oprocentowanie wskazując w przykładach na APR (odpowiednik RRSO). Ich zdaniem pożyczki są zbyt drogie, a państwo powinno chronić najbiedniejszych przed takimi ofertami. Hiszpańska ustawa przeciw lichwie w tym roku kończy 110 lat. Docelowo za słuszne rozwiązanie wskazuje się przykład regulacji wprowadzonych w Wielkiej Brytanii, o której szczegółowo pisaliśmy w poprzednich numerach Promeritum.

# „Żeby otworzyć firmę pożyczkową, milion dolarów to za mało”

**Zapraszam na wywiad z Rafałem Gibczyńskim – członkiem zarządu Polskiego Związku Instytucji Pożyczkowych i prezesem SOLVEN Finance sp. z o.o., do której należy POLOżyczka.pl oraz SOLVEN.pl.**

**Rozmawiał Łukasz Piechowiak**

**Ł.P.: Tradycyjne pytanie na początek wywiadu: czy czujesz się lichwiarzem?**
**R.G.:** Znam to pytanie. A Ty znasz odpowiedź. Oczywiście, że nie. Sprzedaję produkt, na który jest zapotrzebowanie. Jest to produkt regulowany wieloma przepisami prawa. Prowadzenie instytucji pożyczkowej wiąże się z licznymi obowiązkami informacyjnymi i prawnymi. Do tego konieczna jest wiedza ekspercka, odpowiednio wyszkolona kadra pracowników i zatrudnienie wysokiej klasy menedżerów. Tyle w temacie.

**Czy wyobrażasz sobie świat bez portfela?**
Wyobrażam sobie świat bez portfela. Mało tego – wyobrażam sobie świat bez karty płatniczej. Mając smartfon w ręku, możemy wiele zrobić. Polska rozwija się technologicznie. Każdy, kto podróżuje po Europie, widzi, że Polska w pewnym sensie jest liderem tych zmian. To powoduje, że jak magnes przyciągamy wszystkich tych, którzy widzą tutaj potencjał. Nie ciąży nam wielki dług technologiczny, który jest dużym problemem w Europie Zachodniej. Stoję na stanowisku, że zdecydowanie trzeba inwestować w dobre rozwiązania. Nie muszą być bardzo drogie, ale muszą być elastyczne, dzięki czemu nie będziemy generować długu technologicznego w przyszłości.

Rafał Gibczyński

**Zapytam o klientów. Jesteście nową firmą na rynku. Jestem ciekawy, jak oceniają POLOżyczkę?**
Działamy zbyt krótko na rynku, by pochwalić się trendami konsumentów, ale mogę powiedzieć, że z naszych obserwacji wynika, iż 65% klientów do nas wraca. Więc chyba czują się zadowoleni, natomiast ciągle wdrażamy nowe UX-owe rozwiązania, oferty i promocje dla klientów, aby ten współczynnik był jak największy.

**Czują się dobrze obsłużeni?**
Obecnie na rynku jest tyle firm pożyczkowych, że mają w czym wybierać i mogliby po prostu pójść gdzie indziej. Staram się pilnować, by klienci na każdym etapie byli zadowoleni z obsługi. W tym wypadku wszystko ma znaczenie, nawet głos pracownika call center.

**Muszę zadać to pytanie: jaki wpływ na to ma disco polo?**
Każdemu w życiu należy się odrobina zabawy i uśmiechu. Nurt disco polo w Polsce trwa od jakiegoś czasu… Będę mówić otwarcie. Ja lubię disco polo, dobrze się przy nim bawię. Uważam, że jest to dobry motyw przewodni. Świat się zmienił, społeczeństwo się zmieniło. Teraz większość ludzi ma zupełnie inną mentalność niż dwadzieścia lat temu. Spójrz na nas – siedzimy ubrani w koszulki polo, co dwadzieścia lat temu byłoby nie do pomyślenia, bo musielibyśmy mieć krawat do pasa. Wszystko co robimy teraz, możemy robić z uśmiechem. Dzięki temu możemy to robić bardziej efektywnie. Za naszymi drzwiami są ludzie, którzy wykonują ciężką pracę, a atmosfera tam jest świetna i przyjazna.

**Zastanawiałeś się kiedyś może nad tym, czy jest jakaś wyraźna korelacja między rodzajem muzyki, której słuchasz, a popytem na produkt, który oferujesz?**
Oczywiście, że tak. Jeżeli 60% społeczeństwa słucha disco polo, to też zakładam, że może być to czynnik, który będzie miał pozytywny wpływ na sprzedaż.

**Zakładam, że przed wyborem nazwy nie robiłeś badań rynkowych.**
Wszystkie stacje muzyczne, które zaczęły puszczać muzykę disco polo, zanotowały przyrost liczby słuchaczy. Robiłem badania rynkowe, które polegały na uważnym analizowaniu rzeczywistości i przeprowadzeniu wielu wywiadów z potencjalnymi klientami. Oczywiście to, że ktoś lubi muzykę disco polo, nie znaczy od razu, że będzie brał pożyczki. Absolutnie nie można kategoryzować grupy słuchaczy konkretnej muzyki. Zresztą nie jeden się na tym boleśnie przejechał. Wybór tej konkretnej nazwy ma nam ułatwić promocję i zwiększyć rozpoznawalność marki. Tylko tyle i aż tyle.

**Muzyka jest czynnikiem wyróżniającym Twoją kompanię. Ja pociągnę ten temat dalej, bo to jest naprawdę interesujące. Niektórzy pozycjonują się jako bardzo nowocześni, a inni jako najbardziej życzliwi, co oczywiście się nie wyklucza. Tutaj mamy inną sytuację – połączenie fintechu z disco polo. Z całym szacunkiem, ale tego jeszcze nie grali – fintech polo.**
Fintech jest obecny dosłownie w każdym sektorze gospodarczym. Większość ludzi, szczególnie młodych, ma ze sobą smartfony, które dają im możliwość korzystania z szeregu rozwiązań i produktów finansowych, które do niedawna – z powodów technologicznych, w dużym stopniu były dla nich niedostępne. Innowacje na różnych poziomach powodują, że drzewo możliwości ich zastosowania również ulega zwielokrotnieniu. Widzimy to na każdym polu, nie tylko disco polo.

**Jaka jest melodia twojego życia i twojego biznesu, nie licząc disco polo? Czy jest ona melancholijna, smutna, progresywna, radosna, wesoła czy może jazz?**
Melodię potraktuję jako przenośnię, ale fajnie, że podkreśliłeś cechy tych melodii. Uważam, że życie mamy jedno. Myślę, że każdy z nas ma świadomość, że czas przemija i z każdą minutą jesteśmy starsi. Dlatego uważam, że powinniśmy przez życie iść na wesoło. Dobre chwile trzeba kolekcjonować, trzeba być zadowolonym z życia. Dlatego atmosfera w pracy czy też w życiu osobistym jest bardzo ważna. Jeżeli możemy poprawić sobie humor, iść przez życie z uśmiechem na twarzy dzięki muzyce disco polo czy jakiejkolwiek innej, w pełni to popieram. Muszę podkreślić, że dobra atmosfera w pracy jest możliwa jedynie pod warunkiem zgranego zespołu oraz skrupulatnie i sumiennie wykonywanych zadań.

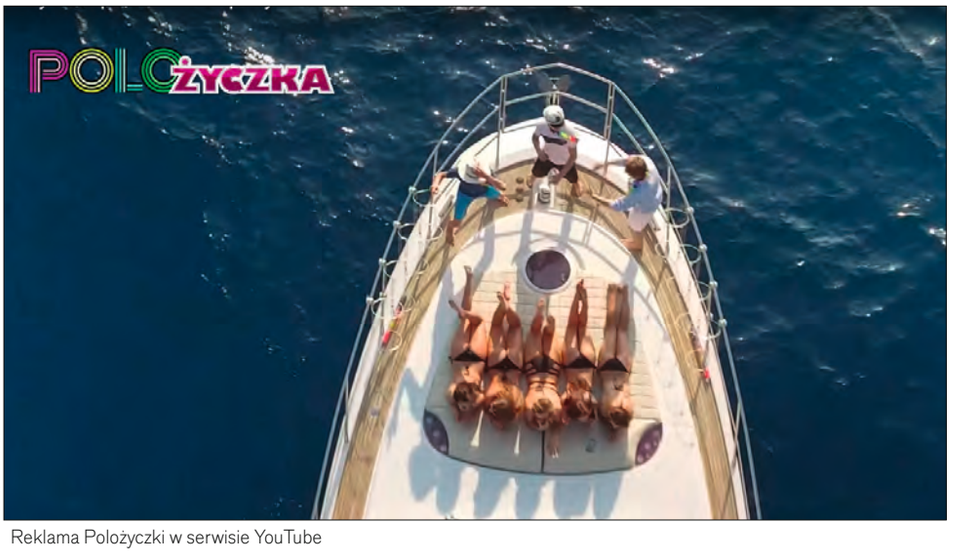
**Wielu ludziom disco polo może kojarzyć się z brakiem profesjonalizmu. Oczywiście jest to ocena krzywdząca, ale tak to już jest z mitami. Chodzi mi o co innego, otóż takie połączenie finansów z tym nurtem muzycznym może tworzyć przeświadczenie, że jest to niepoważne przedsięwzięcie. Nie boisz się takiego zaszufladkowania?**
POLOżyczka to jest jeden z dwóch moich brandów. Konsumentów mało interesują rozwiązania techniczne, bo one po prostu są. System ma działać niezawodnie i szybko. Nie jest to wartość, która dzisiaj wzbudzałaby emocje u klienta. Oczywiście poprzez tę nazwę podejście klientów do marki może być odebrane jako mniej profesjonalne, ale zapewniam, że tak nie jest.

**Dobrze, zatem kogo zatrudniasz?**
Specjalistów z sektora IT, finansów, prawa i zarządzania wierzytelnościami. Nie ma możliwości prowadzenia instytucji pożyczkowej bez wyspecjalizowanej kadry. Nie musisz być fanem disco polo, jeśli o to pytasz. Ważne jest dla mnie też podejście do życia, ale kompetencje grają pierwsze skrzypce. Chciałbym zwrócić uwagę, że często świadomość własnych umiejętności ma pozytywny wpływ na to, jak się czujemy, jak żyjemy i jak pracujemy.

Źródło: Strona Polożyczki www.polozyczka.pl

Źródło: Xxxxxxxxxxxxxxxxx

W swoim zespole szukam właśnie tych cech, tzn. świadomości własnej wartości. Chcę, by moi pracownicy wnosili pozytywną energię i zarażali nią innych. Dbam o to. Jeżeli ktoś będzie niezadowolony z życia, to po prostu albo wypali się zawodowo, czego chciałbym uniknąć, bo to poważny problem, albo będzie niezadowolony z pracy, co w konsekwencji będzie miało wpływ na jego wydajność. Chciałbym, żeby każdy z moich pracowników... Widzisz, „pracownik" to dzisiaj złe słowo. Jak wspomniałem – świat się zmienia. W takich firmach jak moja powoli odchodzi się od struktury hierarchii pionowej na rzecz bardziej płaskich modeli zarządzania i nie jest to kwestia mody, ale realnej potrzeby wynikającej z konieczności efektywnego zagospodarowywania talentów. Ja chcę, by osoby, które zatrudniam, miały poczucie – mające swoje odzwierciedlenie w rzeczywistości – że tworzą tę firmę




Źródło: Youtube

Reklama Położyczki w serwisie YouTube

i są potrzebne. Bez nich nie ma sukcesu, który – nie oszukujmy się – jest wypadkową wszystkich działań podejmowanych w przedsiębiorstwie. Dlatego też u mnie w firmie menedżerowie nie mają doświadczenia na tym stołku, byli i są wybitnymi specjalistami na co dzień, wykonującymi swoją pracę w zespole. Postawiłem na takie rozwiązanie, ponieważ uważam, że takie osoby nie są jeszcze „oderwane" i problemy, których często wieloletnia kadra zarządzająca zwyczajnie nie widzi, nie są im obce. W rezultacie da nam to możliwość wyeliminowania źródła niepożądanych sytuacji, przez co efektywność zespołu będzie większa, ale jest też i druga strona bilansowa tego modelu – asertywność i umiejętność zarządzania nie tylko swoim czasem. Te zdolności wymagają już niestety praktyki.

**Czy zgodzisz się ze stwierdzeniem, że to czas jest najważniejszym zasobem?**
Przede wszystkim dobra organizacja. Zarządzanie kilkoma spółkami w różnych krajach wymaga dobrego podziału zadań. Zaryzykuję stwierdzenie, że każde z zadań jest tak samo ważne w procesie tworzenia biznesu. Trzeba ustalać priorytety, ale nie wolno niczego bagatelizować lub pozwolić sobie na rezygnację, bo wówczas narasta nam dług w tych obszarach, które zostały zaniedbane. Dlatego z punktu widzenia przedsiębiorstwa i w mojej ocenie każde z tych zadań ma taki sam priorytet. Mam też świetnych ludzi, którym zawdzięczam sukcesy w zdobywaniu nowych rynków. Rozwiązania nie przychodzą same. Jeżeli kreujemy jakąś wizję, to wymaga ona usystematyzowania. I zorganizowania planu, z którego wspólnie się później rozliczamy. Wydaje się, że jest to często powtarzany banał. Prawda jednak jest taka, że jest to najtrudniejsze w realizacji.

**Dlaczego?**
Ponieważ najtrudniej zawsze wymagać systematyczności od siebie. Ja na to patrzę w ten sposób, że błędne zarządzanie zasobem, jakim jest czas, generuje mi koszty – nie tylko materialne, bo te są mniej istotne, ale przede wszystkim trudne do wyceny koszty niematerialne, czyli zaczyna mi brakować czasu dla najbliższych. Nie chcę obudzić się za kilka lat z myślą, że mam dobrą firmę i nic poza tym. Dlatego dobra organizacja jest dla mnie sprawą priorytetową. Oczywiście są poświęcenia czy kilkutygodniowe rozłąki z rodziną i przyjaciółmi, ale jest to ujęte w szczegółowo zaplanowanej organizacji.

**Jesteś ubezpieczony?**
Oczywiście. Niestety, duża odpowiedzialność za ludzi wymaga np. tego, by napisać dobry testament. Jeżeli chcemy coś robić na dużą skalę, to również i z takimi rzeczami trzeba sobie poradzić. Wszystko po prostu musi być przemyślane i dobrze zaplanowane. Myślę, że to akurat jest moja mocna strona – organizacja. Oczywiście nie oznacza to, że nie popełniamy błędów. Szczęśliwie mam dobry zespół, na który mogę liczyć.

**W Polsce obowiązuje takie przekonanie, że pierwszy milion trzeba ukraść. W sektorze pożyczkowym z kolei jest stwierdzenie, że pierwszy milion trzeba stracić.**
Znam to powiedzenie. Nieśmiało powiem, że nie milion, a troszkę więcej. Żeby otworzyć firmę pożyczkową, milion złotych to za mało. Nie wystarczy nawet na zintegrowany system – pamiętajmy o całej infrastrukturze typu biuro, sprzęty, ludzie, ubezpieczenia, modele biznesowe i produkty, które trzeba stworzyć. Zakładając nawet, że ktoś nam da za darmo wszystko, to i tak musimy mieć towar na półce. W tym biznesie towarem są pieniądze, które rotują na rynku. Ośmielę się powiedzieć, że pierwsze dwa, a nawet trzy miliony trzeba zainwestować w same narzędzia. Nie jest to zero-jedynkowe działanie i korzystanie z gotowych rozwiązań, w cenę tych narzędzi trzeba wliczyć np. budowę modelu scoringowego, gdzie 6 miesięcy to dobry czas (oczywiście mając już dane z własnego portfela) oraz cała reszta, której nie zdradzę, ale zapewniam, że udzielanie pożyczek nie jest takie proste i oczywiste. Następnie trzeba zapełnić półki towarem i zacząć go sprzedawać. Nie mówię o dochodach, bo te rysują się dopiero w perspektywie dłuższej niż rok. I mówię tu o roku naprawdę ciężkiej pracy.

**No dobrze, a czy gdyby doszło do bardzo niekorzystnych zmian w prawie, które bezpośrednio wpływałyby na obniżenie rentowności twojej firmy, co byś zrobił?**
Sytuacja, o której mówisz, jest oczywiście możliwym scenariuszem, ale głęboko wierzę, że to ryzyko się nie zmaterializuje.

**Gdyby jednak do tego doszło?**
Mam plany, które zdefiniowałem na początku tworzenia swojej firmy. Są one proste. Z mojego planu wynika, że najpierw skupiam się na rynku polskim, a potem dopiero na rynkach zagranicznych. Przyśpieszyłem ekspansję w związku z pewnymi obawami dotyczącymi legislacji w Polsce. Nie ukrywam, że nad tym ubolewam, bo Polska jest liderem w tym, co robimy. Mamy świetnych ekspertów, świetny rynek i konsumentów, którzy mają pewne potrzeby, które zaspokajamy w odpowiedni sposób. Powiem wprost: obniżenie limitu nawet tylko o tych kilka procent, tak znacznie wpływa na poziom rentowności tego sektora, że działalność przestaje być opłacalna.

**Rafał Gibczyński to nie tylko SOLVEN i POLOżyczka, ale również FINTECH Solutions. Nazwa jest świetna. Sektor pożyczek pozabankowych online fintechem stoi, ale czy to nie jest przesada?**
FINTECH Solutions powstał jako odłam mojego działu IT z SOLVEN Finance. Pomyślałem, że skoro robimy ciekawe i skomplikowane rozwiązania, które poniekąd mają charakter uniwersalny, to warto je sprzedać dalej. Jesteśmy świetnym wykonawcą pewnych mocno skomplikowanych usług IT. Tworzymy rozwiązania szyte na miarę. Dzisiaj nawet mając warzywniak, w celu optymalizacji powinno korzystać się z systemu do zarządzania zamówieniami, sprzedaży i promocji. To banalny przykład, ale chciałbym zobrazować systemowe możliwości: na włoskich straganach sklepikarze znają swoich klientów i gdy robią oni często u nich zakupy, podpowiadają im, czego dziś zapomnieli. Jaki jest więc problem, aby CRM codziennie wysyłał listy z zakupami po analizie z podziałem na dni? Właściciel sklepu dzięki temu zwiększy obroty, a i będzie lepiej zarządzał zamówieniami z hurtowi – nie mówiąc już o indywidualnym podejściu do klienta, które jest w Polsce szczególnie pożądane. Dlatego FINTECH Solutions powstał jako spółka, z którą wiążę wielkie nadzieje i liczę na to, że niedługo będzie o niej głośno.

Źródło: Reklama Polożyczki "A Ty ile POLOżyczysz?"

**Nawet warzywniak powinien wdrażać rozwiązania typu SAP?**
Oczywiście to byłoby zabójstwo, ale widać, że dostawcy takich rozwiązań zmieniają model integracji i sprzedaży, tzn. nie ma potrzeby inwestowania 200 tys. zł w nowy system, a następnie 100 tys. w jego integrację, tylko przechodzą na formę abonamentową. Dzisiaj nie musisz już płacić kilkuset tysięcy złotych za program, który w przyszłym roku będzie miał nową wersję. Możesz zapłacić za dostęp do platformy za kilkadziesiąt dolarów miesięcznie i zawsze będziesz miał aktualne i nowoczesne oprogramowanie wspomagające twój small business. W tym kontekście rzeczywiście doszło do rewolucji. Oczywiście dojrzałe przedsiębiorstwa mogą spróbować budować system in house, co w określonych przypadkach jest uzasadnione biznesowo. Jednak każda zmiana to są roboczogodziny działu IT, za które płaci się potężne pieniądze. Do tego dochodzą koszty alternatywne. Nie chcę wyjść na hipokrytę, który krytykuje pewne rozwiązania, a sam proponuje podobny produkt. FINTECH Solutions wyróżnia się tym, że tworzy elastyczne systemy, które można łatwo modernizować na poziomie administratora z tzw. palca. I tutaj właśnie szukam przewag konkurencyjnych.

**Co należy zrobić, żeby portfel pożyczek był jak najzdrowszy?**
Nie jest tajemnicą, że część naszych klientów to ludzie, którzy zostali odrzuceni przez banki. Obsługujemy ten odsetek osób, które z różnych powodów – niekoniecznie z uwagi na problemy finansowe czy nieumiejętność zarządzania swoim budżetem - nie mają możliwość skorzystania z produktu bankowego, jakim jest szybki kredyt konsumencki. Jednakże każdy nasz klient jest klientem sektora bankowego, bo musi posiadać konto w banku. Jest to czynnik, który w połączeniu z usługami dostępu do biur informacji gospodarczej umożliwia precyzyjną ocenę ryzyka udzielenia pożyczki, a skoro tak – możliwe jest wycenienie produktu w taki sposób, by był on rentowny w odpowiedniej skali. Oczywiście poziom NPL (non-performing loans – przyp. red.) jest w naszej branży wyższy niż w sektorze bankowym, ale wynika to oczywiście z ryzyka, jakie ponosimy, kosztu pozyskania kapitału, itd. Poziom NPL to największy koszt naszej działalności. Jest to po prostu stracony kapitał. Dlatego najważniejszą rzeczą i sercem w organizmie firmy pożyczkowej jest model scoringowy i ocena ryzyka. Jesteśmy młodym przedsiębiorstwem, ciężko pracujemy nad tym, by nasz portfel był jak najzdrowszy. Już teraz mogę się pochwalić, że pod względem jakości portfela zbliżamy się do najlepszych.

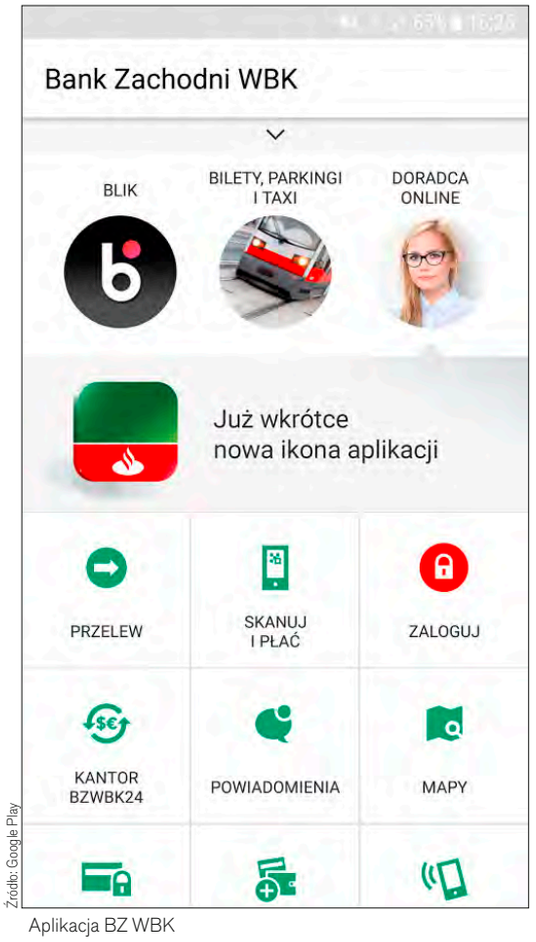
**Dziękuję za rozmowę.**
Dziękuję.

# Banki migrują do smartfonów

**Z poziomu bankowej aplikacji mobilnej nie można jeszcze złożyć wniosku o kredyt mieszkaniowy. Jeszcze, bo to tylko kwestia czasu. Można natomiast zaciągnąć pożyczkę, wyrobić kartę kredytową czy otworzyć konto. Dlatego banki inwestują w ten kanał i zamykają placówki.**

Bankowość mobilna przestała być już ciekawostką dla najbardziej zaawansowanych technologicznie klientów. Z danych serwisu PRNews.pl wynika, że na koniec I kwartału 2017 roku z tego kanału korzystało już ponad 8,2 mln klientów banków. To osoby, które przynajmniej raz w miesiącu logują się do swojego rachunku z urządzenia mobilnego. Używają nie tylko aplikacji, ale także serwisów RWD i stron lite. Z aplikacji zainstalowanej na smartfonie korzysta 4,4 mln klientów.

Wbrew pozorom bankowość mobilna nie jest nowym wynalazkiem. Pierwsze próby bankowania z użyciem telefonu komórkowego podjęto już w 1999 roku, czyli chwilę po uruchomieniu pierwszego systemu bankowości internetowej. Za pioniera bankowości mobilnej uważany jest Wielkopolski Bank Kredytowy (dziś BZ WBK), który w tamtym czasie wprowadził możliwość otrzymywania informacji o saldzie rachunku i ostatnich pięciu transakcjach za pośrednictwem komórki. Chwilę później na rynku zadebiutowały pierwsze rozwiązania oparte na zapomnianym już dziś protokole WAP. Wówczas jednak korzystanie z konta za pośrednictwem komórki zarezerwowane było dla najbardziej wytrwałych użytkowników. Nie było to bowiem ani łatwe, ani wygodne. Już samo skonfigurowanie telefonu (królowała m.in. Nokia 3310) przyprawiało o ból głowy.

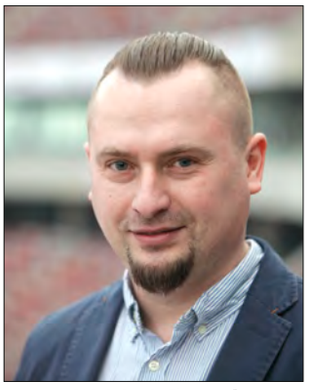



Źródło: Google Play

Aplikacja BZ WBK

Przez kilka kolejnych lat podejmowano kolejne próby spopularyzowania tej metody kontaktu z bankiem. Jednak bez większego skutku. Sytuacja uległa zmianie w 2009 roku. Wówczas to na rynku pojawiła się pierwsza aplikacja mobilna napisana na system iOS. Taka, do jakich jesteśmy dziś przyzwyczajeni. Udostępnił ją Raiffeisen Bank. Później sprawy potoczyły się już bardzo szybko – banki jeden po drugim zaczęły wdrażać podobne rozwiązania. Początkowo na telefony Apple, bo uważano, że ich użytkownicy są bardziej skorzy do korzystania z nowinek technologicznych. Prawdziwa eksplozja popularności bankowości mobilnej przypada na 2–3 ostatnie lata. Świadczą o tym statystyki podawane przez PRNews.pl. Na koniec 2015 roku z bankowości mobilnej korzystało 4 mln klientów. Rok później – 7,7 mln, dziś – ponad 8,2 mln osób.

Obecnie za pomocą aplikacji na telefonie komórkowym możemy przeprowadzić coraz więcej operacji. Z poziomu smartfona można założyć konto osobiste, zarządzać rachunkiem, spłacać kredyty, zakładać lokaty, wykupywać ubezpieczenia (OC, AC, podróżne, NNW) i wnioskować o nowe produkty.



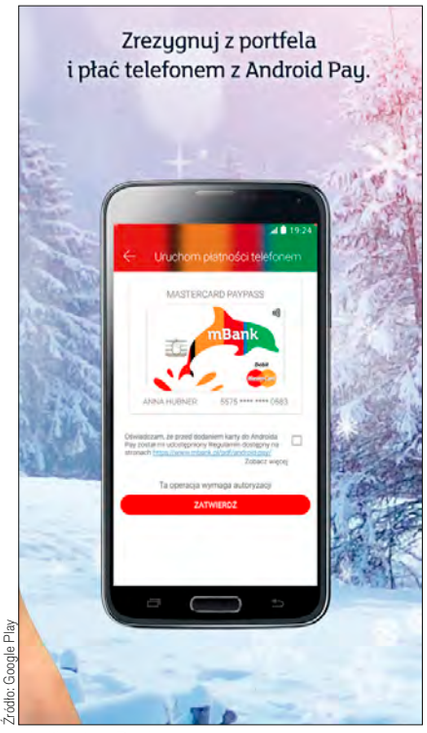
**Wojciech Boczoń**
Dziennikarz i ekspert Bankier.pl

W coraz większej liczbie aplikacji dostępne są kredyty „na klik", które można otrzymać w ciągu kilkudziesięciu sekund. Banki mają już wstępnie przygotowaną i przeliczoną ofertę dla użytkownika, więc jeśli tylko wyrazi zgodę, są w stanie dostarczyć mu pieniądze na konto w kilka chwil. Brakuje jeszcze tylko kredytów mieszkaniowych, ale można założyć, że to już tylko kwestia czasu. Produkt jest skomplikowany, ale wstępną decyzję klient mógłby otrzymać za pomocą powiadomienia push, zwłaszcza że w aplikacjach pojawiają się specjalne skrzynki na wiadomości, za pomocą których można przesyłać do banku skany dokumentów.

W kilku bankach bankowość mobilna oferuje dokładnie ten sam zakres funkcji co bankowość internetowa. Z punktu widzenia klienta nie ma więc większej różnicy, czy loguje się do banku ze swojego laptopa, czy smartfona. Do dyspozycji ma ten sam zakres funkcji i może przeprowadzić te same operacje. Tak jest m.in. w bankach, które połączyły swoje aplikacje z systemem napisanym w technice RWD. To Raiffeisen czy ING Bank Śląski. Ma to daleko idące konsekwencje. Pojawia się nowy typ klienta, który bankuje w stylu mobile only. Do korzystania

Źródło: Google Play

Aplikacja PKO BP




Źródło: Google Play

Aplikacja mBank

Źródło: Google Play

Aplikacja ING Bank Śląski

z banku nie używa już komputera PC – wystarcza mu smartfon.

Rozwój elektronicznych kanałów obsługi nie pozostaje bez wpływu na tradycyjne kanały sprzedaży. Kurczy się sieć placówek bankowych, a w konsekwencji spada zatrudnienie w sektorze bankowym. Z raportów PRNews.pl wynika, że tylko w ciągu ostatniego roku – w okresie od marca 2016 do marca 2017 r. – liczba zatrudnionych w ankietowanych bankach komercyjnych zmniejszyła się o 3,6 tys. osób do poziomu 119 tys. W tym czasie ubyło 779 placówek bankowych.

Przed dwoma laty Mateusz Morawiecki, ówczesny prezes Banku Zachodniego WBK powiedział, że w ciągu najbliższych kilku lat bank zamknie kilkadziesiąt oddziałów, bo klienci kupują coraz więcej produktów przez internet i smartfony. Nie rzucał słów na wiatr. Od 2015 roku sieć placówek BZ WBK skurczyła się o 138 punktów do poziomu 631. Decyzja Morawieckiego była zaledwie jaskółką większych zmian na rynku.

W 2017 roku na podobny krok zdecydował się Wojciech Sobieraj, który wiosną przedstawił plany nowej strategii Alior Banku pod wiele mówiącym tytułem „cyfrowego buntownika". Zapowiedział, że w roku 2020 ponad 40% sprzedaży produktów banku będzie się odbywało w kanałach zdalnych. Pożyczki mają wzrosnąć z 12 do 35%, sprzedaż lokat z 65 do 85%, a sprzedaż rachunków z 7 do 30%. Nie obejdzie się bez cięcia sieci oddziałów. Liczba placówek własnych zmniejszy się o około 30%. Z 324 do 2020 roku przetrwa 200. Sieć agencji skurczy się o 106 punktów do poziomu 680. Zmieni się też format placówek i ich powierzchnia. Bank wyda 400 mln zł na infrastrukturę IT.

Chwilę później podobną decyzję podjął Raiffeisen Polbank. Ogłosił zamiar przeprowadzenia zwolnień grupowych, które obejmą do 950 osób i zostaną przeprowadzone do 2019 roku. Do roku 2018 sieć oddziałów banku skurczy się o 60–70 punktów. Na koniec 2016 roku było ich 274. Kolejne 90 placówek zostanie przekształcone w „placówki efektywne kosztowo, o formacie bardziej sprzyjającym realizacji stawianych przed nimi celów". Na budowanie nowych cyfrowych rozwiązań bank wyda 100 mln zł.

Z danych Komisji Nadzoru Finansowego wynika, że dziś w całym sektorze bankowym pracuje 167 tys. osób – tyle samo co w 2007 roku, czyli w okresie przed największym boomem hipotecznym. Trend spadkowy obserwujemy w zasadzie nieprzerwanie od 2011 roku, kiedy w bankach pracowało 178 tys. osób. Jak podaje Bank Światowy, w roku 2004 na 100 tys. mieszkańców Polski przypadało 26 placówek bankowych. W roku 2013 już 33 placówki. Z najnowszych dostępnych danych wynika, że w 2015 liczba placówek spadła do poziomu 31. W wielu krajach na Zachodzie proces ten zachodził szybciej. W Niemczech liczba placówek spadła z 21,3 do 14,1, w Hiszpanii z 97,5 do 67,5 placówek, w Danii z 50,1 do 24,7, w Szwecji z 23,6 do 19,3, w Norwegii z 13,1 do 7,7, a w Finlandii z 13,2 do 8,1.

Bankowcy coraz głośniej mówią, że nie ma ucieczki przed cyfrową transformacją. Na dłuższą metę utrzymywanie rozbudowanej sieci sprzedaży będzie zbyt kosztowne. Zmieniają się przyzwyczajenia i oczekiwania klientów. Nowe pokolenie nie wyobraża sobie już życia bez smartfonów. W opublikowanym w ubiegłym roku raporcie grupy Accenture („Banking Customer 2020 – Rising Expectations Point to the Everyday Bank", Accenture, 2015) czytamy, że statystyczny klient kontaktuje się z bankiem 17 razy w miesiącu. Tylko raz na miesiąc zagląda do bankowej placówki. Najchętniej wybiera bankowość internetową (7 razy w miesiącu), telefoniczną infolinię (4 razy) i bankowość mobilną (3 razy). Są to uśrednione dane dla 12 rynków europejskich. W Polsce częstotliwość wizyt w placówce nie przekracza dwóch w miesiącu. Nie pozostaniemy jednak ostoją tradycyjnej bankowości – cięcia liczby placówek są nieuniknione.

# Informacja gospodarcza i wymiana danych o kliencie w dobie cyfryzacji, czyli Forum ERIF już po raz piąty

**20 i 21 czerwca 2017 roku odbyła się jubileuszowa V edycja Forum ERIF. To cykliczne wydarzenie na stałe wpisało się już w kalendarz branżowych konferencji. Podczas Forum, organizowanego przez ERIF Biuro Informacji Gospodarczej S.A., specjaliści mają okazję porozmawiać o aktualnej sytuacji na rynku finansowym. Mogą pochylić się nad kierunkami rozwoju i wizją przyszłych rozwiązań, a także wymienić się swoimi doświadczeniami.**

Jedną z głównych sił napędzających zmiany i rozwój wielu branż jest wszechobecna cyfryzacja oraz potrzeba dotarcia do klienta, który coraz częściej dokonuje transakcji, również tych zakupowych, online (digitalizacja). Wyzwaniem zatem staje się cyber bezpieczeństwo, zdalna identyfikacja klienta i podążanie za jego zmiennymi potrzebami. Zbliżają się również ważne zmiany legislacyjne, które ukształtują nowe warunki funkcjonowania dla wielu firm. Właśnie tym zagadnieniom przyjrzeliśmy się podczas tegorocznego Forum.

Za cel postawiono sobie, aby program konferencji dawał możliwość skupienia się na początek na najbliższych zmianach, które będą towarzyszyć przy współpracy z partnerami biznesowymi. Następnie, by dał możliwość popatrzeć na nadchodzące perspektywy w kontekście wchodzących w życie nowych dyrektyw i rozporządzeń, unijnych. Na końcu, by wreszcie móc wybiec w daleką, lub jak niektórzy eksperci twierdzą, wcale nie tak odległą, przyszłość i budować wizję nowoczesnych rozwiązań, technologii, sposobów płatności czy produktów związanych z finansowaniem. I tak podczas V Forum ERIF uczestnicy wzięli udział w trzech panelach dyskusyjnych ujętych w dwóch blokach tematycznych.

Pierwszy blok, zatytułowany „Zmiany w BIG-ach – szanse i wyzwania", dotyczył zmian ustawy dotyczącej BIG w kontekście wyzwań związanych z ich wdrożeniem przez wszystkich uczestników rynku wymiany informacji gospodarczej. Kluczem do dyskusji było wystąpienie eksperta prawnego, adwokata Tomasza Ostrowskiego, systematyzujące główne aspekty ustawy o BIG w układzie porównawczym sprzed i po zmianach. Anna Pakulska, dyrektor Sprzedaży w Obszarze Klienta Strategicznego ERIF BIG S.A., wprowadziła uczestników w projektowy sposób podejścia w Grupie KRUK do wdrożenia zmian ustawowych. W ten sposób pokazała „od kuchni" tryb prac i główne cele, jakie im przyświecają.

Źródło: Erif

Laureaci Programu „Odpowiedzialni w Biznesie"

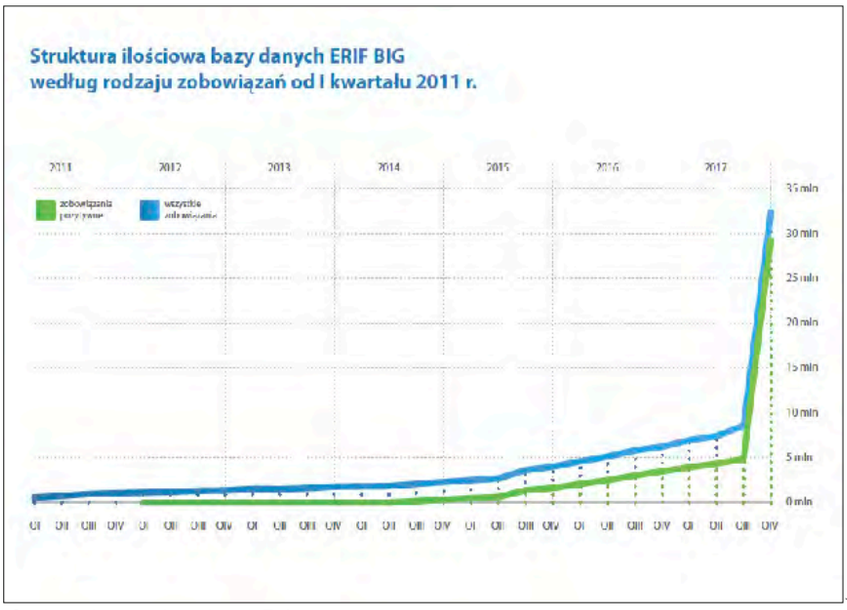
Niewątpliwie, oprócz koniecznych do wdrożenia zmian, wynikających z obowiązku ustawowego, ERIF stawia na maksymalizacje szans, jakie się na rynku BIG pojawiły w postaci możliwości rozbudowy oferty produktowej i jeszcze pełniejszego wspierania nowych obszarów procesów biznesowóych współpracujących z biurem Partnerów. ERIF w pełni zaangażował się w terminowe i prawidłowe wdrożenie zmian ustawowych, jednocześnie stawiając sobie cel pełnego wsparcia w okresie adaptacji zmian swoich Partnerów biznesowych. W okresie od czerwca do listopada br. przeprowadzona została specjalnie przygotowana bezpośrednia kampania informacyjna poświęcona zmianom ustawowym, by dać Partnerom poczucie bezpieczeństwa, opieki i towarzyszenia im na każ-

dym etapie implementacji. Zmiany technologiczne wdrażane były w taki sposób, aby odpowiednio wcześnie i w przystępny sposób mogli oni się z nimi zapoznać i uwzględniając możliwości technologiczne i procesowe dostosować po swojej stronie. Dedykowane zespoły biznesowo-operacyjne na bieżąco wyjaśniały kwestie zgłaszane przez Partnerów na specjalnie dedykowany alias.

Odbywały się także liczne spotkania wyjaśniające wątpliwości i zawiłości wprowadzanych zmian prawnych. ERIF aktywnie uczestniczył także w dyskusji branżowej z innymi BIG-ami, aby wypracować jednakowe standardy w podejściu do wprowadzonej przez ustawodawcę instancji sprzeciwu konsumenta. Konsekwentnie zrealizowane starannie zaplanowane działania pozwoliły ERIF przy dużym zaangażowaniu i współpracy także ze strony

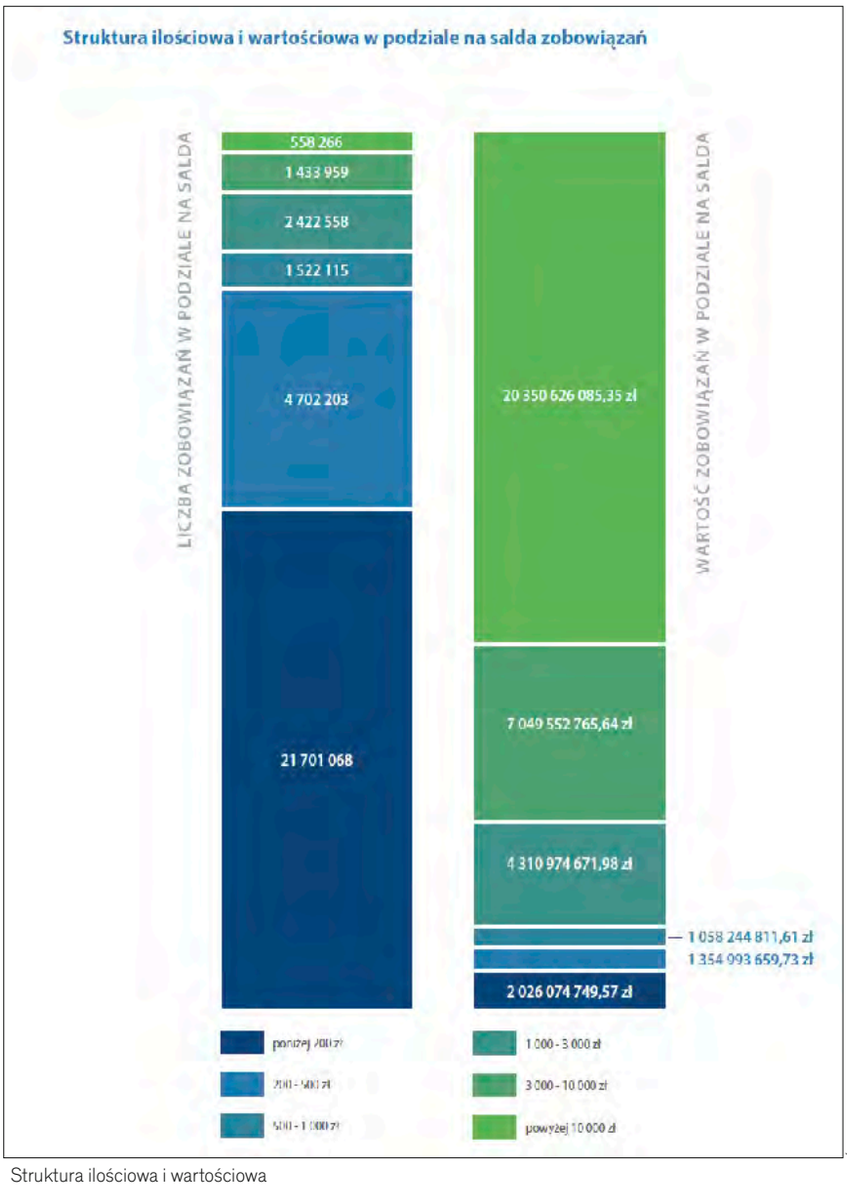
Partnerów biznesowych z sukcesem i terminowo wdrożyć zmiany ustawowe bez zakłóceń procesów biznesowych. Mamy przekonanie, że obecne zmiany nie wyczerpują naszych postulatów i oczekiwań, a są zaledwie przystankiem na ścieżce rozwoju rynku wymiany gospodarczej. Niezmiennie jako BIG będziemy dążyć i zabiegać poprzez uczestnictwo we wszelkich podejmowanych inicjatywach, by być jak najbliżej rzeczywistości dojrzałych zagranicznych rynków i móc m.in: gromadzić w BIG dane historyczne, budować modele scoringowe i oceny punktowe dotyczące konsumentów, mieć wdrożoną bezterminową zgodę na weryfikację, tak aby cały rynek, z konsumentem w roli głównej, mógł korzystać z benefitów wynikających z bycia rzetelnym, terminowo regulującym swoje zobowiązania płatnikiem.

W drugim bloku eksperci i uczestnicy V Forum szukali wspólnie odpowiedzi na pytania „Czy biznes nadąża za technologią? Czy nowe możliwości dostępu do danych klientów będą szły w parze z ich bezpieczeństwem w warunkach otwartej architektury?". W tej części spotkania dyskusja skupiła się na regulacjach unijnych PSD2 oraz RODO w zestawieniu z polskimi realiami, jaki jest cel wprowadzanych zmian i co to oznacza w praktyce? Jak odpowiedzialnie, bezpiecznie i etycznie wykorzystywać dane przy otwartym dostępie? Jak efektywnie regulować dostęp do danych, by nie przeregulować rynku, przy równoległym




Źródło: Erif

Struktura ilościowa bazy danych Erif




Źródło: Erif

Struktura ilościowa i wartościowa

Źródło: Erif

Liczba podmiotów gospodarczych o konsumentów w bazie Erif

funkcjonowaniu nieregulowanych, dostępnych zbiorów danych.

Dyskusja poruszała również tematy związane z przyszłością finansów, w tym nowe narzędzia fintechowe, które dziś zaskakują, a jutro będą standardem w katalogu dotychczasowych, znanych nam i stosowanych rozwiązań. Wieczorem, już po raz trzeci w historii Forum ERIF, odbyła się uroczysta gala wręczenia statuetek firmom, które zostały wyróżnione certyfikatem „Odpowiedzialni w Biznesie". Program opracowany przez ERIF i uruchomiony w 2015 dedykowany jest takim podmiotom i instytucjom, jak banki, instytucje pożyczkowe, firmy leasingowe, multimedia (telekomy, dostawcy usług telewizji cyfrowej i internetu), towarzystwa ubezpieczeń, wierzyciele wtórni, i inne przedsiębiorstwa. Celem jest wyróżnienie na rynku firm i instytucji, które aktywnie wspierają budowanie wiarygodności i odpowiedzialności pomiędzy uczestnikami rynku. W ramach programu wręczana jest statuetka „Odpowiedzialni w Biznesie" jako dowód uznania tym Klientom, którzy długoterminowo i systematycznie wykorzystują narzędzia ERIF w swoich procesach, a także aktywnie przyczyniają się do rozwoju rynku wymiany informacji gospodarczej.

# Zmiany w ustawie o udostępnianiu informacji gospodarczych

**Najnowsze zmiany w ustawie o udostępnianiu informacji gospodarczych, wprowadzone na mocy tzw. pakietu wierzycielskiego, będą miały duże znaczenie dla wszystkich uczestników systemu wymiany informacji gospodarczych. Zarówno dla biur informacji gospodarczej (BIG), wierzycieli jak i dłużników.**

Zmiany można podzielić na trzy główne obszary. Po pierwsze, zwiększenie bezpieczeństwa obrotu i poprawa sytuacji wierzycieli. W wyniku zmian będzie możliwe szybsze raportowanie zaległości do BIG (już po upływie 30 dni od terminu zapłaty), a także ułatwione zostanie raportowanie zaległości z tytułu powtarzających się świadczeń, takich jak czynsze, abonamenty itp. (brak konieczności wysyłania kolejnych wezwań do zapłaty z ostrzeżeniem o zamiarze przekazania danych).

Raportowanie ma szansę stać się szybsze i mniej kosztowne także dzięki umożliwieniu wysyłania wezwań do zapłaty w formie elektronicznej na adres email dłużnika-przedsiębiorcy, jeżeli wyraził on na to zgodę w umowie z wierzycielem (szkoda że nie przewidziano takiej możliwości w przypadku konsumentów). Możliwe będzie również w większym stopniu niż dotychczas wykorzystanie w procesach oceny wiarygodności płatniczej kontrahenta informacji pozytywnych – dzięki wyłączeniu możliwości raportowania danych o spłatach dokonanych z opóźnieniem przekraczającym 30 dni. Wreszcie przedsiębiorcy uzyskają dostęp do bardziej kompleksowych informacji dotyczących kontrahentów dzięki umożliwieniu BIG-om pośredniczenia w dostępie do danych zawartych w rejestrach publicznych, takich jak PESEL, REGON, CEIDG, KRS, a także dopiero tworzone Rejestr Należności Publicznoprawnych (gromadzący dane o zaległościach podatkowych) i Krajowy Rejestr Zadłużonych (gromadzący dane o postepowaniach upadłościowych i restrukturyzacyjnych, a także bezskutecznych egzekucjach). Pomóc ma w tym również nałożenie na BIG-i obowiązku wzajemnej wymiany danych w celu realizacji tzw. wniosków jednolitych, dotyczących ujawnienia danych o kontrahencie (przedsiębiorcy) ze wszystkich BIG-ów. Warto wspomnieć również o umożliwieniu BIG-om dokonywania, na zlecenie klientów, analiz wiarygodności płatniczej przedsiębiorców, na podstawie informacji zawartych w bazach danych BIG, a także uzyskanych z rejestrów publicznych. Z jednej strony zmiany te powinny ułatwić kredytodawcom i usługodawcom bardziej dokładną i kompleksową oceną wiarygodności płatniczej potencjalnych klientów, z drugiej – również zwiększyć skuteczność narzędzi BIG w procesach

odzyskiwania należności. Kolejną istotną zmianą jest wydłużenie okresu ważności upoważnienia konsumenta z dotychczasowych 30 do 60 dni.

Po drugie, zwiększenie ochrony konsumentów. Realizacji tego celu służyć ma m.in. umożliwienie dłużnikowi wniesienia do BIG udokumentowanego sprzeciwu wobec wpisu dokonanego przez wierzyciela, powodującego konieczność rozpatrzenia jego zarzutów, a także nałożenie na BIG – w określonych przypadkach – obowiązku aktualizacji danych na wniosek dłużnika. Na przykład poprzez odnotowanie, że dłużnik kwestionuje istnienie zobowiązania lub twierdzi, że uległo przedawnieniu. Dzięki tym zmianom dłużnicy uzyskają większe niż dotychczas możliwości kwestionowania nieprawdziwego, nieaktualnego lub niekompletnego wpisu, co powinno przyczynić się także do zapewnienia jeszcze lepszej jakości udostępnianych informacji. Priorytetem dla ERIF, w zakresie projektu wdrożenia obowiązkowych zmian dyktowanych przez nowelizację ustawy, było przeprowadzenie ich w sposób najbardziej neutralny dla klientów. Dlatego też zmieniliśmy walidacje w naszym systemie tak aby komunikaty jasno informowały wierzycieli o zmienionych zasadach wpisu. Ponadto udostępniliśmy klientom, zawczasu testowe wersje systemu aby można było sprawdzić wszystkie usługi. Postawiliśmy na współpracę i rozmowę z klientami, przygotowując szczegółowe informacje na temat technicznych i operacyjnych aspektów wprowadzenia zmian np. dot. obsługi sprzeciwów. Po trzecie, poprawa warunków funkcjonowania BIG. Zmiany w tym obszarze polegały głównie na rozszerzeniu przedmiotu działalności BIGu o nowe usługi, takie jak pośrednictwo w dostępie do rejestrów publicznych, czy dokonywanie na zlecenie analiz wiarygodności płatniczej przedsiębiorców. Zespół projektowy ERIF intensywnie pracował i nadal pracuje nad udostępnieniem swoim klientom nowych usług. Ponadto kosztowny i zbędny obowiązek publikowania zmian w regulaminach zarządzania danymi w Monitorze Sądowym i Gospodarczym został zastąpiony publikacją na stronach internetowych BIG, a także Ministerstwa Rozwoju. Zmiany weszły w życie 13 listopada 2017 r. W przypadku wniosków jednolitych i sprzeciwów, których wdrożenie wymaga zawarcia stosownych porozumień pomiędzy BIG-ami lub wprowadzenia zmian do regulaminów zarządzania danymi, przewidziano jednakże dodatkowy okres na dostosowanie się do nowych regulacji, co powoduje że pełny zakres możliwości, jakie dają zmienione przepisy, powinien stać się dostępny dla przedsiębiorców, w tym kredytodawców i usługodawców, nie później niż 13 lutego 2017 r. W przypadku wniosków jednolitych i sprzeciwów, których wdrożenie wymaga zawarcia stosownych porozumień pomiędzy BIG-ami lub wprowadzenia zmian do regulaminów zarządzania danymi, przewidziano jednakże dodatkowy okres na dostosowanie się do nowych regulacji, co powoduje że pełny zakres możliwości, jakie dają zmienione przepisy, powinien stać się dostępny dla przedsiębiorców, w tym kredytodawców i usługodawców, nie później niż 13 lutego 2017 r. Wymaga to m.in. wydania odpowiednich przepisów wykonawczych, określających szczegółowy tryb dostępu do rejestru. Pomimo, że przepisy dotyczące rejestru wchodzą w życie 1 stycznia 2018 r., w dalszym ciągu nie opublikowano projektu odpowiedniego rozporządzenia. Pozostaje liczyć, że odpowiedni projekt będzie znany w najbliższym czasie, aby BIG-i oraz ich klienci mogli na czas przystosować się do zmian i w pełni skorzystać z nowych możliwości.

**Tomasz Ostrowski**
Adwokat, partner w kancelarii
Adwokaci Sobolewski-Hajbert,
Ostrowski, Rajczakowski

**Jarosław Furmaniak**
Kierownik Zespołu
ds. Rozwoju Produktów Operacyjnych
ERIF BIG S.A.

ERIF
BIURO INFORMACJI
GOSPODARCZEJ S.A.

# Konferencje, na których warto być

**Ostatnie 3 lata to okres bardzo intensywnego rozwoju branży instytucji pożyczkowych, w którym ERIF BIG S.A. bierze aktywny udział jako partner biznesowy i dostawca usług dla całego sektora. Dziś branża stanowi mocny filar sektora consumer finance.**

Z perspektywy partnera, obserwujemy zaawansowane i profesjonalne podejście do oceny ryzyka oraz dynamiczny dwucyfrowy wzrost liczby udzielanych pożyczek i liczby pożyczkobiorców. Cieszy nas, że równie silne wzrosty odnotowujemy po swojej stronie - szczególnie w zakresie ilości współpracujących klientów oraz liczby udostępnionych raportów kredytowych, które w skali roku przekraczają 60%. Stanowi to dla nas dowód uznania dla wartości predykcyjnej danych ERIF w procesach oceny ryzyka wśród klientów oraz jakości świadczonych usług przez nasze zespoły sprzedaży i wsparcia.

Już po raz drugi ERIF włącza się aktywnie w inicjatywę „Loan Magazine Awards", która jest doskonałą okazją do wyróżnienia tych inicjatyw i osobowości, które w szczególny sposób zaznaczyły swoją obecność na rynku i wyznaczają trendy na przyszłość.

W tej edycji Konkursu sami czujemy się szczególnie wyróżnieni, ponieważ ERIF Biuro Informacji Gospodarczej zostało nominowane w kategorii „Wydarzenie roku" za organizowane rokroczne Forum ERIF dedykowane sektorowi consumer finance. Cieszymy się, że nasze wydarzenia, które z dużą starannością przygotowujemy już od 4 lat, zyskują coraz większe uznanie na rynku. Ta nominacja utwierdza nas w przekonaniu, jak ważne jest to, co robimy na rzecz naszych Partnerów i współpracujących z nami branż. Dodatkowo motywuje nas to do podejmowania kolejnych wyzwań.

Natomiast 27-28 kwietnia odbyła się II edycja April Consumer Credit Days. Biuro informacji gospodarczej ERIF było złotym partnerem tej konferencji. Jednym z poruszanych tam tematów była „Wizja przyszłości Biur Informacji Gospodarczej – system rozdrobniony, czy skonsolidowany?". W debacie udział wzięli przedstawiciele biur informacji gospodarczej oraz firm korzystających z usług BIG-ów.

Trzecim ważnym wydarzeniem w pierwszej połowie 2017 roku była zorganizowana 6 czerwca pierwsza edycja Targów Usług i Produktów rynku FinTech. Jej celem było pokazanie trendów i możliwości tego najszybciej rozwijającego się sektora działalności z zakresu finansowych rozwiązań online. Podczas wydarzenia wystawcy mogli zaprezentować swoje rozwiązania oraz produkty i usługi dedykowane rynkowi usług finansowych.

Targi te skierowane są do sektora finansowego, tj. banków i instytucji pożyczkowych, a to dla ERIFa kluczowe segmenty z punktu widzenia budowania przychodów spółki. Stąd decyzja o byciu jednym z partnerów tego wydarzenia. ERIF z branżą finansową związany jest od lat. Obserwujemy i wspieramy jej rozwój i bezpieczeństwo prowadzonego biznesu w ramach procesów oceny ryzyka kredytowego i windykacji, dzięki czemu systematycznie obserwujemy stałe wzrosty w zakresie liczby pobieranych raportów kredytowych z naszego Systemu. Patrzymy na dynamikę wzrostu w zakresie dopisywanych danych zarówno negatywnych o niespłacanych zobowiązaniach, jak również pozytywnych. Instytucje pożyczkowe są promotorem, jeśli chodzi o przekazywanie informacji pozytywnych do BIGów.

Podczas dyskusji "Zarządzanie ryzykiem w dobie fintechu, sposoby, narzędzia, niebezpieczeństwa" poruszaliśmy zgadnienia dotyczące m.in. dynamicznego wzrostu danych negatywnych o niespłacanych zobowiązaniach z coraz szerszym katalogiem tytułów prawnych i podmiotów raportujących (w tym również sądy i jednostki samorządowe). Dyskutowaliśmy o nowych możliwościach dostępu do nowych źródeł danych publicznoprawnych zwiększające możliwości oceny i szacowania ryzyka – po wejściu w życie nowej ustawy o BIG. Coraz więcej kategorii danych w bazach i widoczne przenikanie zobowiązań – multidłużnicy, posiadacze wielu zobowiązań z różnych kategorii i zobowiązań prywatnych jak, bankowe, pożyczkowe, czy telekomowe oraz publicznych, jak alimentacyjne, czy sądowe. Dlatego oprócz gromadzenia maksimum informacji ważne jest posiadanie inteligentnych rozwiązań, które będą potrafiły te dane szybko przeanalizować, wychwycić korelacje i pomóc w podejmowaniu decyzji. Ponownie poruszany był temat zmiany ustawy o BIG, jej nowych możliwości i wciąż jednak ograniczeń. Zastanawialiśmy się wspólnie jak wykorzystać rosnący wolumen informacji pozytywnych o terminowo spłacanych zobowiązaniach w bazach BIG.

**Anna Pakulska**
Dyrektor Sprzedaży w Obszarze Klienta Strategicznego ERIF BIG

# Skutki digitalizacji w sektorze finansowym

**Cyfryzacja i globalizacja trwale zmieniły i będą zmieniać sektor finansowy i otoczenie, w jakim działa. Niematerialna natura usług finansowych oznacza, że mogą one być digitalizowane i produkowane. Konkurencja pomiędzy dużymi, stabilnymi instytucjami i małymi firmami z aspiracjami jest ogromna.**

Przykładem są usługi płatnicze, które już obecnie świadczone są przez sklepy internetowe i serwisy społecznościowe. Pozycja klasycznych podmiotów finansowych jest poważnie zagrożona. Zgodnie z danymi „Digital in 2017 Global Overview" liczba aktywnych użytkowników social mediów na świecie wynosi obecnie 2,8 mld, z czego aż 2,5 mld korzysta z nich za pomocą urządzeń mobilnych, co stanowi w sumie 37% całej populacji. Tylko w 2016 roku wzrost liczby użytkowników wyniósł 16%. Platformy usług cyfrowych przez cały czas rozwijają się, a każdy nowy produkt napędza kolejne. Innowacyjne firmy internetowe pracują na danych generowanych przez klientów, równolegle tworząc ciągle rosnącą podaż danych, a to z kolei przyciąga i angażuje nowych klientów. Dlatego firmy przyszłości, w szczególności finansowe, to będą podmioty, które będę zdolne do łączenia: ludzi, platform cyfrowych, efektywnych metod pracy i globalnego biznesu, odpowiadając jednocześnie na potrzeby klientów. To oznacza, że każda firma dążąca do wzrostu już teraz potrzebuje strategii cyfrowej.

## Wyciąganie wniosków z dostępnych danych

Tym, co już teraz decyduje, jak i czy firmy finansowe będę zwiększać swoją konkurencyjność, będzie wydajność wykorzystywanych technologii cyfrowych. Najlepszym sposobem na przyspieszenie wzrostu jest opracowanie nowych produktów i usprawnienie modeli operacyjnych. Podstawowym sposobem na skuteczne utrzymanie się w tak wymagającej branży, jaką jest sektor finansowy, jest zwiększanie konkurencyjności ofertowanych produktów i usług. Służy temu przede wszystkim ciągły rozwój usług. Nie musi on jednak zależeć tylko od wielkich, przełomowych innowacji, których wymyślenie i wprowadzenie zajmuje wiele lat. Często rodzą się wspaniałe pomysły, które są rozwiązaniem wielu mniejszych problemów. Jest to szczególnie atrakcyjny obszar dla dużych graczy, którzy w przeciwieństwie do małych agresywnych firm fintechowych mają doświadczenie w branży, wielu klientów, a wprowadzając mikroinnowacje, systematycznie polepszają produkty i swoja pozycję na rynku. Dzięki temu – w przeciwieństwie do małych firm, które muszą postawić wszystko na jedną kartę, wprowadzając zupełnie nowe rozwiązania – mogą mniej ryzykować, osiągając przewagę małymi krokami.

Dlatego kluczowa dla utrzymania się w branży będzie umiejętna analiza danych, procesów generujących dane i generowanie wniosków biznesowych. Jest to jednocześnie szansa dla małych podmiotów, które będą mogły oferować wykonanie mniejszych usług, stanowiących element większego procesu. Dla dużych firm jest to bezwzględna konieczność utrzymania się na rynku. Dlatego kluczowym obszarem strategicznym zarówno dla dużych, jak i małych podmiotów będzie Big Data, a osoby, które będą w stanie połączyć wiedzę o funkcjonowaniu systemów finansowych z analizą dużych ilości danych, będą najważniejszym zasobem w firmie.

## Rozwój pracowników

Digitalizacja zmienia funkcjonowanie sektora finansowego. Liczba oddziałów zmniejsza się, firmy przenoszą działalność do sieci, a to sprawia, że wiele osób jest i będzie zmuszonych albo zmienić pracę, albo dostosować swoje kompetencje do nowych technologii. Nie należy jednak spodziewać się, że znane cechy instytucji finansowych – znaczenie wiedzy specjalistycznej i zaufanie – wraz z rozwojem technologii cyfrowych przestaną się liczyć. Przeciwnie, w przyszłości staną się jeszcze bardziej istotne i doceniane przez klientów. Powodem będzie wzrost liczby aplikacji i programów wspierających decyzje, ale niegwarantujących bezpieczeństwa przetwarzanych informacji.

**Jakub Gontarek**
Korporacja Lewiatan

Tradycyjne zawody, takie jak sprzedawca, opiekun klienta czy osoba realizująca transakcje, zostaną zastąpione przez programy i platformy transakcyjne. Ponieważ większość procesów będzie wspomaganych przez sztuczną inteligencję, potrzebna będzie, dla zachowania stabilności systemów i wysokiej jakości usług, nowa kadra rozumiejąca działania inteligentnych, uczących się algorytmów. Pożądane będą osoby, które będą rozumieć procesy, takie jak machinelearnig i deeplearnig. Oznacza to, że na znaczeniu będzie zyskiwać umiejętność łączenia wiedzy dotyczącej funkcjonowania instrumentów i procesów finansowych z inteligencja kognitywną rozumianą jako modelowanie procesów neuronalnych, czyli badanie własności mózgu, lub

symbolicznie jako rozumowanie na pojęciach. Proste, powtarzające się procesy zostaną zastąpione przez sztuczną inteligencję. Nadal jednak dla wielu obszarów wymagany będzie nadzór człowieka, bo sztuczna inteligencja nie osiągnęła jeszcze poziomu, w którym może zrealizować zadania samodzielnie od początku do końca, zwłaszcza w sektorze bankowym.

Równolegle kluczowa będzie umiejętność dostosowywania procesów do szybko zmieniających się oczekiwań klientów. Dlatego na znaczeniu będą zyskiwać umiejętność menedżerskie bazujące na strategiach AGILE. Metoda ta polega na programowaniu iteracyjno-przyrostowym, którego najważniejszym założeniem jest obserwacja, że wymagania odbiorcy często ewoluują podczas trwania projektu. Taka też jest przyszłość branży, w której już teraz duże instytucje czują na karku oddech podmiotów mniejszych, mniej skostniałych, elastycznie i szybko reagujących na potrzeby klienta.

### Inaczej rozumiana elastyczność

Trzecim wyzwaniem związanym z procesem cyfryzacji jest stworzenie kultury korporacyjnej zapewniającej spełnienie oczekiwań klientów w zakresie usług. Wszystko, co może być digitalizowane, musi być digitalizowane i jest digitalizowane. Takie są realia rynku. Wymaga to inwestycji i wiedzy nie tylko w dziedzinie technologii informacyjnych, ale także w systemach przywództwa, motywacji i wynagrodzenia. Jednym z głównych skutków digitalizacji, mających wpływ na organizację pracy w tradycyjnym biznesie, jest rosnąca elastyczność, która wpływa na interakcje i komunikację pomiędzy pracownikami a zatrudniającymi. Digitalizacja i innowacje technologiczne zmuszają pracodawców do bardziej elastycznej organizacji pracy. Główną przyczyną jest wykładniczy wzrost ilości danych, które muszą być konwertowane na informacje mające wartość dla klienta. Wyzwaniem jest znalezienie właściwych metod łączenia wiedzy z kanałami cyfrowymi, w sytuacji gdy ekspertyzy i produkty muszą być dostępne w rzeczywistym czasie, a kanały cyfrowe są otwarte przez cały czas. Oznacza to potrzebę elastycznych godzin i często telepracy, a kwestia ta jest równie istotna dla menedżerów, jak i pracowników.

Najbardziej widocznym ze skudów wzrostu elastyczności organizacji pracy jest to, gdzie ona jest wykonywania. Technologie komunikacyjno-informacyjne sprawiają, że ludzie są mniej przywiązani do lokalizacji, czego konsekwencją jest to, że biuro nie jest jedynym miejscem pracy, szczególnie w sektorze usług. Jak podaje Eurofund, w Unii Europejskiej średnio 17% pracowników korzysta z możliwości świadczenia telepracy. Zadanie jest bardziej skomplikowane w sektorze finansowym, gdzie kluczowe jest bezpieczeństwo dostępu do danych. Odpowiednia organizacja systemów informatycznych umożliwiająca pracę zdalną będzie wyzwaniem dla firm z branży, tym bardziej że osobami, które najchętniej korzystają z takiej możliwości, są menedżerowie i sprzedawcy.

Z elastycznością związany jest także czas pracy. W wielu sektorach możliwość pracy poza biurem skutkuje wzrostem oddziałów międzynarodowych z większym znaczeniem globalnych zależności. Rodzi to potrzebę komunikacji pomiędzy strefami czasowymi oraz dostosowania procesu produkcji do różnego czasu pracy członków zespołu. Z drugiej strony odejście od sztywnych godzin pracy zmusza pracowników do innego podejścia do organizacji czasu wolnego i radzenia sobie z problemem godzenia życia zawodowego z prywatnym. Digitalizacja zwiększa także ilość możliwości dla pracowników, jako że elastyczność idzie w parze z większą niezależnością, możliwością nauki, a także z większą ilością okazji do zmiany pracy. Dlatego kluczowe dla pracodawców jest odpowiedzialne kształtowanie polityki zatrudnieniowej, która będzie z jednej strony dawać poczucie bezpieczeństwa i przynależności, z drugiej pozwalać efektywnie zarządzać czasem w ramach podejścia work-life balance, i jednocześnie zapewniać, że cele i priorytety biznesowe zostaną zrealizowane. Efektywne działanie firmy uzależnione jest od wsparcia skutecznymi i funkcjonalnymi systemami do zarządzania pracą, które z jednej strony pozwalają na elastyczne wykonywanie zadań, z drugiej zapewniają stały monitoring efektów pracy.

Proces digitalizacji jest nieunikniony. Zwiększa wpływ technologii na funkcjonowanie firm i często wydaje się, że to tylko technologia jest odpowiedzialna za rozwój. Należy jednak pamiętać, że wzrost znaczenia digitalizacji sprawia, iż pracownicy wykonują czynności wymagające kreatywności, umiejętności kognitywnych i interpersonalnych. A to sprawia, że dla sukcesu w biznesie kluczowe jest podmiotowe traktowanie pracowników, którzy przestają być kapitałem ludzkim, a są najważniejszym składnikiem i gwarantem sukcesu.

Źródło: Pixabay


## Jakub Gontarek

Absolwent Szkoły Głównej Handlowej, od 10 lat związany ze środowiskiem organizacji pozarządowych i młodzieżowych. Autor opracowań i rekomendacji dotyczących polityki młodzieżowej, staży i praktyk, startu młodych rynku pracy oraz współpracy biznesu i nauki w obszarze rynku pracy. W Konfederacji Lewiatan odpowiada za obszary edukacji, szkolnictwa wyższego oraz kształcenia ustawicznego, a także rynku pracy w kontekście oczekiwanych przez pracodawców kompetencji i procesów wspierających kształcenie pracowników. Interesuje się wpływem nowych technologii na społeczeństwo, szczególnie w obszarze rynku pracy oraz sektora finansowego.

# W pogoni za leadem

**Złożenie wniosku o pożyczkę nie zawsze gwarantuje jej przyznanie. Często zdarza się tak, że negatywna ocena klienta przez pożyczkodawcę skutkuje odrzuceniem wniosku, a w efekcie – problem z leadem, którego nie zmonetyzowaliśmy. Co zrobić w takim przypadku? Jakie rozwiązania są najskuteczniejsze?**

POŻYCZKAPORTAL.PL

By zrozumieć mechanizm działania call center pożyczkowych, należy zacząć od podstawowych procesów, na których oparta jest działalność każdego pożyczkodawcy. Firmy pożyczkowe mają approval (czyli stosunek posiadanych leadów do sprzedaży) na poziomie 10-20 proc. (w przypadku pożyczek na raty) oraz 20-50 proc. (chwilówki). Pozostałe „leady" to klienci, którym nie udzielono świadczeń pieniężnych. W tym momencie pojawia się pytanie: co zrobić z klientem, któremu pożyczkodawca nie może udzielić pożyczki, a który nadal potrzebuje dodatkowej gotówki? Z pomocą przychodzi call center pożyczkowe. Pozyskuje ono kontakty do klientów, którzy nie otrzymali świadczenia u danego pożyczkodawcy, jednak nadal ma szansę na jego otrzymanie w innej firmie. Na jakiej podstawie określić jednak, czy ryzyko przyznania pożyczki danej osobie nie jest zbyt duże?

Źródło: Pixabay

## Scoring

W celu oceny zdolności kredytowej klienta służy scoring. Każdy z klientów ubiegających się o pożyczkę, podaje informacje o swoich finansach: ile wynosi jest przychód, jak wiele osób ma na utrzymaniu, ile płaci za mieszkanie itp. Następnie, system komputerowy przydziela punkty za każdą z odpowiedzi, określając tym samym, czy warto przyznać konkretnemu klientowi pożyczkę, czy też nie.

Każda z firm pożyczkowych ma inaczej funkcjonujący scoring i na podstawie różnej ilości punktów przyznawana jest pożyczka. Często, mimo podobnych poziomów approval, ten sam klient w jednej firmie może otrzymać pożyczkę, a w drugiej już nie. Zdarzają się sytuacje, że firmy (często te mniejsze) „przekazują" klientów, którzy nie spełniają ich wymagań scoringowych do innej, większej firmy pożyczkowej. Pośrednikiem w przekazaniu klientów z jednej firmy pożyczkowej do drugiej, jest właśnie call center.

## Call Center grupy Loando

Jednym z funkcjonujących na polskim rynku, call center pożyczkowym, jest to założone przez grupę Loando. Obsługuje ono około 10 firm pożyczkowych, ale grupa ta stale rośnie.

„Call center pożyczkowe to rozwiązanie, które przynosi korzyści dla wszystkich zainteresowanych stron. Współpracując z wieloma pożyczkodawcami, daje ono większe szanse na spieniężenie leada, który przechodzi przez kilka lub kilkanaście firm pożyczkowych z różnymi scoringami. Istnieje zatem większe prawdopodobieństwo, że klient z określonym scoringiem znajdzie firmę pożyczkową, która udzieli mu świadczenia, a zatem to także duże ułatwienie dla konsumentów, którzy dzięki temu nie muszą szukać firmy pożyczkowej na własną rękę. Jest to także korzystna oferta dla osób, które pozyskują leady, ponieważ przekazując je do pośrednika jakim jest call center, dużo lepiej wykorzystają ich potencjał i zarobią na nich więcej" – wyjaśnia Marcin Sikora, Dyrektor Zarządzający Affiliate44.com

## Odrzucony wniosek?

Głównym celem Call Center jest znalezienie oferty dla klientów, których wniosek o pożyczkę został odrzucony. Najczęstszymi przyczynami nieprzyznania świadczenia danemu klientowi jest zbyt słaby wynik scoringu bądź zadłużenie w innej firmie pożyczkowej. O ile na obie z wymienionych przyczyn pożyczkobiorca lub call center niewiele mogą zaradzić, by uzyskać świadczenie u konkretnego pożyczkodawcy, to jest jeszcze jedna, częsta przyczyna nieprzyznania pożyczki, którą można w łatwy sposób wyeliminować. Jest nią brak historii kredytowej. Klienci, którzy nigdy nie zaciągnęli żadnego zobowiązania, nie są wiarygodni dla pożyczkodawcy, ponieważ w żaden sposób nie można określić, czy zobowiązanie będzie spłacane terminowo czy też nie. Rozwiązaniem w takim przypadku jest zaciągnięcie zobowiązania, nawet na mniejszą kwotę, niż ta, której potrzebuje pożyczkobiorca. Budowanie pozytywnej historii kredytowej gwarantuje możliwość otrzymania wyższej pożyczki w przyszłości.

# Aventus Group

# 5 lat istnienia na rynku

www.aventusgroup.pl

**617%**
Wzrost portfela w 2016 r.

**272 000**
Zadowolonych klientów

**6,7 mld. zł**
Wartość rynku pożyczkowego w Polsce

**56**
Etatowych pracowników

**1 152 zł**
Średnia kwota pożyczki

**2,3**
Tyle pożyczek przypada średnio na klienta

Nasze marki:

SMART POŻYCZKA

niewielka pożyczka

ratana plus

pożyczka plus

LEW POŻYCZKA

FINANSOWE POSIŁKI

# Świeże spojrzenie na firmy pożyczkowe

**Co najmniej 120 firm, 1,5 mln klientów i 6,7 mld zł w udzielonych pożyczkach brzmi poważnie. Dokładnie taki – poważny – jest rynek pozabankowych kredytów konsumenckich. Kto by się spodziewał? W obliczu wciąż pokutujących niesprawiedliwych stereotypów i mylnych wyobrażeń trudno jest uwierzyć w tak niewyobrażalny rozwój i potencjał tego segmentu.**

AVENTUS

Ajednak, choć przytoczone dane to bardzo ostrożne szacunki. Z informacji, publikowanych przez Rzecznika Finansowego, wiemy ile jest w Polsce legalnie działających profesjonalnych firm pożyczkowych. Natomiast jeśli chodzi o liczbę klientów wszystkich podmiotów, udzielających pożyczek krótkoterminowych, to niektóre źródła mówią nawet o liczbie sięgającej 3 mln, wobec czego wartość udzielonych pożyczek może być znacznie wyższa, niż wspomniane 6,7 mld zł. Na pewno sytuację uporządkuje rejestr instytucji pożyczkowych, który lada moment powstanie przy Komisji Nadzoru Finansowego i dzięki któremu za jakiś czas będziemy mogli poznać dokładną statystykę. Jedno jest pewne – obecny rynek pożyczek pozabankowych zaskakuje, i to bardzo pozytywnie.

## Fintech, Big Data i innowacje

Statystyki to niejedyny obszar, w którym nastąpiła pozytywna zmiana. W zasadzie można powiedzieć, że na przestrzeni ostatnich lat cała branża przeszła olbrzymią metamorfozę. Można też zaryzykować stwierdzenie, że współczesne, profesjonalne firmy pożyczkowe wyznaczają nową jakość. Są to ultranowoczesne organizacje, mające swoje siedziby w dobrych lokalizacjach, zatrudniające dużą ilość wysoko wykwalifikowanych pracowników różnych specjalności i wykorzystujące najnowsze technologie IT, których często próżno szukać w tradycyjnej bankowości. W ogóle implementacja zaawansowanych rozwiązań informatycznych stawia je w czołówce branży FinTech, nie tylko w Europie, ale i na świecie, a konieczność radzenia sobie z „Big Data" wymaga od nich ponad przeciętnej innowacyjności.

Źródło: Pixabay

## Wartości dodane

Wspomniana wcześniej metamorfoza to jednak nie tylko innowacje, technologie i „Big Data", ale również i inne, kluczowe obszary, jak choćby sposób prowadzenia biznesu, obsługi klienta, czy sam produkt. Takich zagadnień można by wymienić wiele, zwłaszcza że każda licząca się firma kredytowa miała swój wyjątkowy pomysł na biznes i wniosła coś nowego do rozwoju branży. Dlatego jako przykład posłuży firma Aventus Group, która już 5 lat temu zastosowała nowy model sprzedaży produktów finansowych, oparty wyłącznie o kanał on-line.

- Dzięki temu umożliwiliśmy naszym klientom korzystanie z produktów finansowych bez konieczności wychodzenia z domu, poświęcania czasu na dojazdy, kolejki w bankach, tłumaczenia się ze swoich potrzeb i oczekiwania na decyzję. Pożyczkobiorcom bardziej tradycyjnym zaoferowaliśmy telefoniczny kanał obsługi – nasi doradcy pracują dłużej, niż jakakolwiek placówka stacjonarna tradycyjnego banku. Można powiedzieć, że wprowadziliśmy wartości dodane do naszych usług – prawdziwy komfort, oszczędność czasu i ciągłą dostępność. Klienci to zauważyli i docenili. Następnie zaoferowaliśmy dobre, zróżnicowane produkty, dostosowane do potrzeb i możliwości różnych profili klientów – mówi Edwin Milewski, CEO Aventus Group Sp. z o.o. - Aby zachęcić nowych klientów do samodzielnego przekonania się, jak przyjazne i niezawodne są współczesne instytucje pożyczkowe, zaoferowaliśmy pożyczki „za 0 zł". Aby zwiększyć dostępność naszych usług, wprowadziliśmy zupełnie nową markę RataNaPlus.pl, umożliwiającą spłatę pożyczki w dogodnych ratach. Szybko też okazało się, że nie tylko stworzyliśmy wygodną i bezpieczną możliwość podreperowania domowego budżetu, ale daliśmy też naszym klientom szansę na zbudowanie dobrej, wiarygodnej historii kredytowej - tak koniecznej, aby móc skutecznie ubiegać się o jakikolwiek kredyt w tradycyjnym banku.

### Instytucje finansowe to istotny uczestnik rynku finansowego

Ewolucja objęła również swoim zasięgiem pozycjonowanie firm pożyczkowych na rynku finansowym w Polsce, chociaż tutaj również należy raczej mówić o niesamowitym progresie. Współczesne, profesjonalne instytucje pożyczkowe są nie tylko jakimś tam uczestnikiem rynku finansowego, ale stanowią już ważny element całego finansowego ekosystemu. I tylko czekać, aż staną się jednym z jego filarów.

Jeśli spojrzeć na sprawę z tej perspektywy, to łatwo można dojść i do takiego wniosku, że gdyby nie popularne „chwilówki", to banki musiałyby bardzo mocno zliberalizować procedury oceny klienta i wziąć na swoje barki ryzyko jego kredytowania, a to z kolei doprowadziłoby do wzrostu kosztów obsługi kredytowej.

### Korzyści dla wszystkich

Skoro już mowa o społecznych skutkach obecności instytucji pożyczkowych na rynku finansowym, to korzyści w tym obszarze są olbrzymie - i to już na poziomie budżetu państwa. Jeśli weźmiemy pod uwagę statystyki, przytoczone na samym początku artykułu, to łatwo sobie wyobrazić, jak duże kwoty wpływają do kasy państwowej z tytułu podatku CIT, VAT czy PIT, opłaconego przez legalnie działające firmy. Ilość miejsc pracy w tych firmach i idące za tym składki ZUS to kolejna spraw - dla przykładu w Aventus Group aktualnie zatrudnionych jest blisko 60 osób i liczba ta wciąż rośnie. Dzięki ciągłemu rozwojowi całkowita ilość miejsc pracy w tym sektorze również będzie wzrastać, a skutki społeczne tego trendu będą nie do przecenienia.

Doniosłe znaczenie ma również fakt, że w branży zatrudniani są ludzie młodzi, którzy w ten sposób dostają szansę na rozpoczęcie kariery zawodowej w finansach.

- Ściśle współpracujemy z Powiatowym Urzędem Pracy oraz organizacjami studenckimi, chętnie organizujemy staże dla świeżo upieczonych absolwentów. Jesteśmy otwarci na młode talenty, zarówno te z doświadczeniem, jak i bez. W naszych kanałach social media prezentujemy firmę od kuchni, aby pokazać potencjalnym pracownikom, jak nowoczesną organizacją jesteśmy. Również na naszej stronie internetowej www.aventusgroup.pl zamieszczamy wiele ciekawych informacji, które mogą zachęcać do podjęcia pracy w naszych strukturach i wspólnie dążyć do perfekcji – dodaje Edwin Milewski Prezes Zarządu Aventus Group, właściciel marek www.pozyczka-plus oraz www.smartpozyczka.pl.

# Czy zdarzyła Ci się sytuacja, że bankomat nie wypłacił pieniędzy, bądź wypłacił mniej?

**Kiedy bankomat wypłaci nieprawidłową kwotę, bądź nie wypłacił wcale, należy niezwłocznie zgłosić reklamację do banku, który wydał nam kartę.**

Na każdym bankomacie znajdziemy naklejki z numerami telefonów, na które trzeba zadzwonić, aby poinformować o sytuacjach wadliwego jego działania. Reklamację zgodnie z art. 3 ust. 2 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym (Dz. U. z 2016, poz. 892; dalej: Ustawa) należy złożyć:

**1)** w formie pisemnej – osobiście, w jednostce podmiotu rynku finansowego obsługującej klientów, albo przesyłką pocztową w rozumieniu art. 3 pkt 21 ustawy z dnia 23 listopada 2012 r. – Prawo pocztowe (Dz. U. poz. 1529 oraz z 2015 r. poz. 1830);

**2)** ustnie – telefonicznie albo osobiście do protokołu podczas wizyty klienta w jednostce, o której mowa w ust. 1;

**3)** w formie elektronicznej z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej, o ile takie środki zostały do tego celu wskazane przez podmiot rynku finansowego.

Reklamacja powinna zawierać przede wszystkim nasze dane oraz szczegółowy opis sytuacji (m.in. datę oraz miejsce wadliwego działania bankomatu), jak również określenie naszego roszczenia. W tym miejscu należy zauważyć, że, by uniknąć kłopotów dowodowych, należy zawsze realizować transakcje z wydrukiem potwierdzenia. Wtedy mamy dowód kiedy i gdzie próbowaliśmy wypłacić pieniądze. Bank ma obowiązek odpowiedzieć na reklamację klienta bez zbędnej zwłoki, nie dłużej jednak niż 30 dni od dnia jej otrzymania. W szczególnie skomplikowanych przypadkach, uniemożliwiających rozpatrzenie reklamacji w terminie 30 dni, instytucja pożyczkowa może przedłużyć termin odpowiedzi maksymalnie do 60 dni od jej otrzymania. Musi jednak:

1) poinformować klienta o przyczynach opóźnienia;

2) wskazać okoliczności, które muszą zostać ustalone dla rozpatrzenia sprawy;

3) określić przewidywany termin rozpatrzenia reklamacji i udzielenia odpowiedzi.

**Monika Bielicka**
Adwokat w ID Finance Poland

Jeżeli bank nie odpowie na reklamację klienta w ustawowym terminie, to taką reklamację uważa się za rozpatrzoną zgodnie z jego wolą.

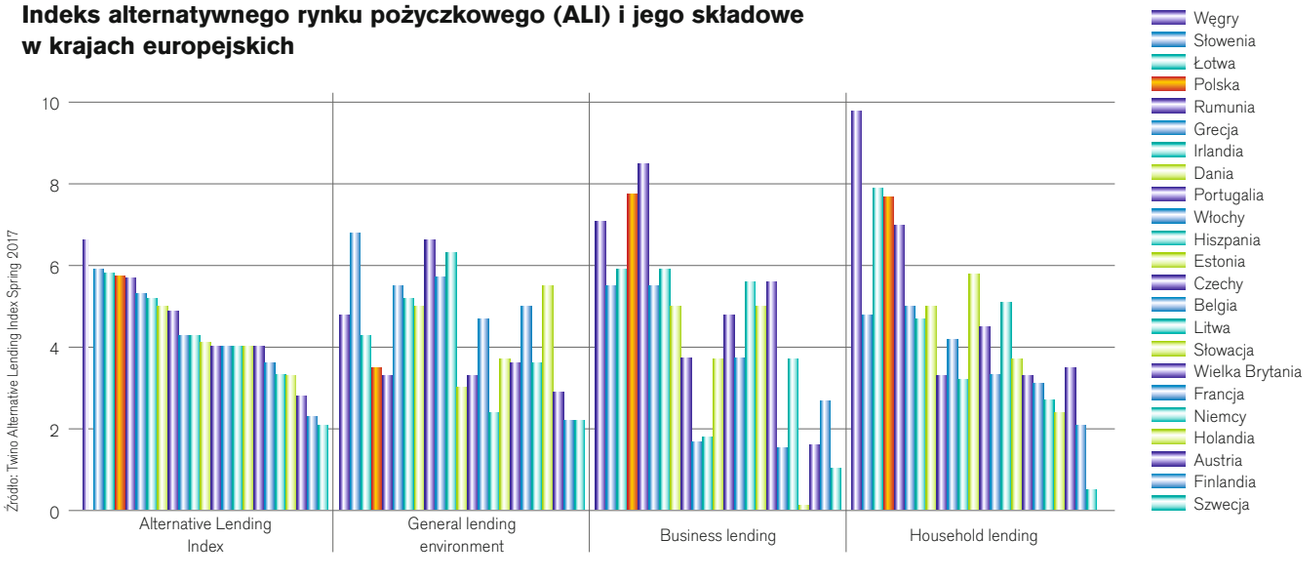
# Perspektywy rozwoju alternatywnego rynku pożyczkowego w Polsce na tle europejskim

**TWINO, europejska platforma pożyczek peer-to-peer (P2P), upubliczniła wyniki pierwszej europejskiej edycji Indeksu Alternatywnego Pożyczania (ALI, Alternative Lending Index). Stworzony przez KPMG (na zlecenie TWINO) raport porównuje otoczenie rynkowe warunkujące rozwój sektora pożyczek w krajach Europy. Przy projektowaniu tegorocznego indeksu uwzględniono dane z lat 2010–2016.**

Pod pojęciem alternatywnego rynku pożyczkowego (ALM, Alternative Lending Market) rozumie się rynek pożyczek niebankowych, skierowanych do klientów indywidualnych i małych przedsiębiorców, jako alternatywę do oferty kredytowej tradycyjnych banków. Według firmy doradczej KPMG, która opublikowała raport Twino Alternative Lending Index, Spring 2017, Polska znajduje się na 4. miejscu spośród 23 przebadanych państw, biorąc pod uwagę ALI. Oznacza to ogromny potencjał polskiego alternatywnego rynku pożyczkowego, co wynika z dwóch podstawowych przesłanek – dużych wymagań banków przy ubieganiu się o kredyt i relatywnie wysokiego oprocentowania kredytów w Polsce w porównaniu z krajami europejskimi. Indeks Alternatywnego Rynku Pożyczkowego jest wyliczany na podstawie dziewięciu parametrów dotyczących ogólnego klimatu wokół pożyczania pieniędzy oraz warunków, na jakich klient może zaciągnąć pożyczkę, które pogrupowane są w trzy indeksy – ogólnego klimatu pożyczkowego (General Lending Environment, cztery parametry), pożyczek dla firm (Business Lending, dwa parametry) oraz pożyczek dla gospodarstw domowych (Household Lending, trzy parametry). Liczy się m.in. to, jak bardzo zadłużone jest społeczeństwo, jaka jest jego „zdolność kredytowa" w relacji do wypracowywanego PKB, jaka jest konkurencja wśród pożyczkodawców, jak łatwo firmom i osobom prywatnym uzyskać kredyt bankowy oraz ile on kosztuje. ALI wykorzystuje informacje publikowane przez Europejski Bank Centralny, Eurostat oraz banki centralne państw spoza strefy euro. Wartość indeksu wyrażona jest na skali od 0 do 10 i jest wyższa w krajach, gdzie zjawisko luki kredytowej jest większe, a prawdopodobieństwo uzyskania kredytu niższe, tj. gdzie po-

**dr hab. Krzysztof Waliszewski**
prof. nadzw. UEP
Katedra Pieniądza i Bankowości
Uniwersytet Ekonomiczny
w Poznaniu

**Indeks alternatywnego rynku pożyczkowego (ALI) i jego składowe w krajach europejskich**




Źródło: Twino Alternative Lending Index Spring 2017

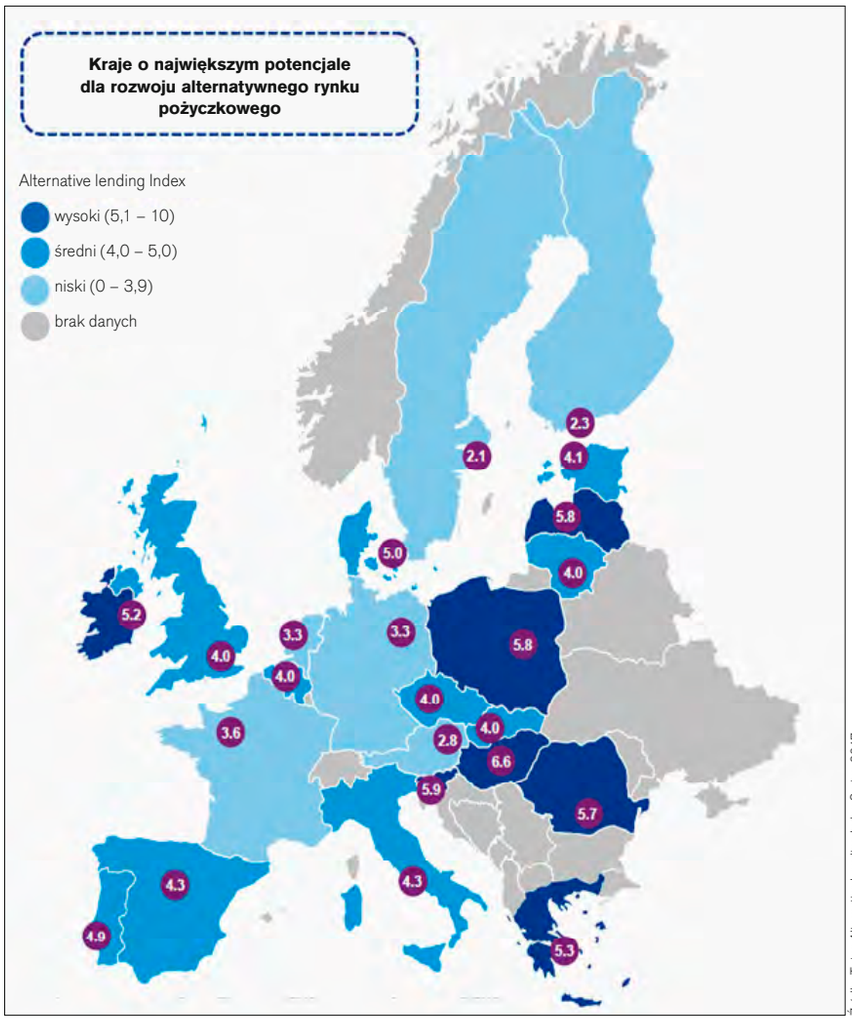
życzki alternatywne mogą wypełnić lukę kredytową i zwiększyć efektywność rynku pożyczkowego. Polska jest atrakcyjna dla rozwoju rynku alternatywnego również w związku z niskim zadłużeniem przedsiębiorstw i gospodarstw domowych (224 mld euro) w porównaniu z najbardziej rozwiniętymi rynkami kredytowymi w Europie, gdzie zadłużenie to waha się w granicach 2–2,5 bln euro (Niemcy, Francja, Wielka Brytania).

Według KPMG największy potencjał do rozwoju alternatywnych sposobów pożyczania pieniędzy jest na Węgrzech, w Słowenii, Litwie, Polsce, Rumunii, Grecji oraz Irlandii. We wszystkich tych krajach wartość indeksu ALI w skali od 1 do 10 pkt osiągnęła ponad 5 pkt (przy średniej europejskiej na poziomie 4,4 pkt). Polska znalazła się na czwartym miejscu w tym zestawieniu, otrzymując 5,8 pkt. Ale nasz kraj ze względu na wartość indeksu oraz średnią wielkość rynku pożyczek należy razem z Grecją i Irlandią do trzech najbardziej obiecujących miejsc w Europie dla branży fintech, czyli tworzących technologie (systemy, oprogramowanie, aplikacje etc.) do działań finansowych, które chciałyby zabrać bankowcom część klientów zaciągających pożyczki. W krajach, gdzie klienci są szeroko obsługiwani przez sektor bankowy i nie ma prawie miejsca na rozwój firm pożyczkowych i platform pożyczek społecznościowych, poziom indeksu ALI nie przekracza 3 pkt. W tej grupie są m.in. Francja, Niemcy, Holandia, Austria, Finlandia i Szwecja. W tych krajach istnieją na tyle sprawne źródła klasycznego finansowania potrzeb kredytowych gospodarstw domowych oraz firm, że na jakiekolwiek nowości nie ma już zbyt wiele miejsca.

W ramach przygotowywania raportu KPMG zebrał m.in. dane o cenach kredytów. Średnie oprocentowanie kredytu dla gospodarstwa domowego w Europie wynosi 9,1% (w 2010 r. było to nieco ponad 12%), średnia cena kredytu hipotecznego zaś to dziś 2,6% w skali roku (w 2010 r. wynosiła 4,7%). W tej dziedzinie Polska plasuje się jako jeden z najdroższych krajów dla kredytobiorców. Różnica między ceną kredytu konsumpcyjnego w Polsce (średnio 17% w skali roku) a ceną podobnego kredytu w innych krajach jest spora. W Czechach średni kredyt konsumpcyjny KPMG „wycenia" na 12% w skali roku, w Danii – na 10%, na Litwie i w Rumunii – też na 12%.

Droższe niż w Polsce kredyty konsumpcyjne są na Węgrzech (tu przeciętny koszt zbliża się do 30% w skali roku) i Łotwie (ok. 25%). KPMG zauważa też stosunkowo niski stopień zadłużenia kredytowego Polaków – wynosi on (w relacji do naszych rocznych dochodów) 53% przy średniej dla konsumentów w strefie euro na poziomie 76%. Liczba działających w Polsce instytucji finansowych zajmujących się udzielaniem kredytów i pożyczek nie jest specjalnie duża – na każdy milion mieszkańców przypada 16 rywalizujących ze sobą firm. Średnia w strefie euro to 15 firm pożyczających pieniądze na milion ludzi.

Banki w Polsce rocznie udzielają gospodarstwom domowym 120 mld zł nowych kredytów (w tym 80 mld zł konsumpcyjnych, 40 mld zł kredytów hipotecznych), ale według szacunków Związku Firm Pożyczkowych za 2016 r. 3 mln klientów segmentu on-line i offline finansuje swoje potrzeby na wartym 6,2 mld zł rynku pozabankowych firm pożyczkowych. Z najnowszych danych wynika, że już co czwarta mała pożyczka (do 4 tys. zł) jest zaciągana przez klientów prywatnych poza bankami. Bankowcy w Polsce bardzo konserwatywnie oceniają wiarygodność płatniczą klientów. W wielu instytucjach finansowych czerwone światło zapala się, gdy po pieniądze przyjdzie klient niemający pracy na etat (np. będący na umowie o dzieło) albo przedsiębiorca (wówczas wykładniczo rosną wymagania formalne). Dzięki temu banki w Polsce należą do najbardziej rentownych w Europie (wskaźnik niespłacanych na czas kredytów nie przekracza 6%), ale i stosunkowo wielu chętnym na kredyt odmawia się udzielenia go. Raport KPMG wskazuje również na duży potencjał w Polsce finansowania bezpośredniego P2P, który dotychczas nie został wykorzystany.




Źródło: Twino Alternative Lending Index Spring 2017

tel. 12 291 55 72
bok@deltavista.pl

# CREDIT CHECK

BRANŻOWA WYMIANA DANYCH

Dostawcą rozwiązania jest: CRIF SERVICES KBIG

**Inicjatywie patronują:**

POLSKI ZWIĄZEK INSTYTUCJI POŻYCZKOWYCH

Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce

**Wymiana danych w ramach:**

FORUM WIARYGODNEJ WYMIANY INFORMACJI

PLATFORMA WYMIANY INFORMACJI POŻYCZKOWEJ

European
Fintech Forum

# Jesteśmy organizacją zrzeszającą przedsiębiorców z sektora fintech. Dołącz do liderów i zyskaj przewagę.

#networking &eventy

#media&PR support

#legislacja i prawo

#business consulting

## Członkostwo w EFF to:

- możliwość udziału w profesjonalnych wydarzeniach branżowych
- dostęp do kalendarium ważnych wydarzeń i zmian w prawie
- prezentacja firmy w mediach oraz wsparcie w zakresie strategii PR
- monitoring mediów i zmian na rynku Fintech
- monitoring prawny i legislacyjny zmian dotyczących firm technologicznych
- reprezentacja członków EFF w procesie legislacyjnym i konsultacjach nowych przepisów
- dostęp do bazy wiedzy i najnowszych raportów branżowych oraz prezentacji problemowych
- wsparcie operacyjne w bieżącej działalności
- tytuł „Member of the European Fintech Forum”

contact@4fintech.org

# UOKiK a reklamy kredytów konsumenckich

**Działalność orzecznicza Prezesa UOKiK oraz nadchodzące zmiany w ustawie o kredycie konsumenckim w zakresie realizacji obowiązków informacyjnych w reklamach kredytów zwiększają ryzyko prawne przedsiębiorców.**

W dniu 30 czerwca 2017 r. Prezes UOKiK wydał decyzję (RKR 4/2017), w której ukarał jeden wiodących z banków za nieprawidłowe realizowanie obowiązków informacyjnych w przekazach reklamowych dotyczących kredytów konsumenckich. Wpisuje się ona w serię podobnych rozstrzygnięć wydanych w 2016 r. (m.in. decyzje: DDK 3/2016, DDK 5/2016, DDK 6/2016, DDK 7/2016, RKR 2/2016, RKR 5/2016). Można to potraktować jako przyczynek do analizy linii orzeczniczej UOKiK w sprawach dotyczących reklam kredytów konsumenckich. Warto spojrzeć na wskazówki, jakie w tym zakresie Prezes UOKiK przekazuje podmiotom działającym na rynku. Zagadnienie to jest szczególnie istotne w związku z wejściem w życie 22 października 2017 r. nowych przepisów ustawy o kredycie konsumenckim (u.k.k.), które znacząco zmodyfikują zasady reklamowania kredytów konsumenckich. Zmiany te zdają się być pokłosiem wspomnianej ofensywy decyzyjnej Prezesa UOKiK.

**Mateusz Mroczek**
Prawnik w Kancelarii
Traple Konarski Podrecki i Wspólnicy

## Dlaczego UOKiK zainteresował się reklamami kredytów konsumenckich?

Warto przypomnieć w skrócie podstawy prawne działania Prezesa UOKiK względem podmiotów oferujących kredyty konsumenckie. Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes UOKiK stoi na straży przestrzegania przez przedsiębiorców zakazu naruszania zbiorowych interesów konsumentów. Bez wdawania się w szczegółowe rozważania należy podkreślić, że zakaz ten jest bardzo pojemny. Obejmuje bowiem wszelkie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowania przedsiębiorców, które godzą w zbiorowe interesy konsumentów. Oceniając bezprawność działania przedsiębiorcy, Prezes UOKiK może sięgać również do innych ustaw. I tak właśnie było w analizowanych sprawach, gdzie dodatkową podstawą do działania Prezesa UOKiK stały się przepisy ustawy o kredycie konsumenckim, a w szczególności jej artykuły 7 i 8. To z nich wynika obowiązek prezentowania przez kredytodawcę swoistego pouczenia w reklamach zawierających informacje o kosztach kredytu (tj. reklamach, w których przedsiębiorca reklamuje dany kredyt poprzez podanie kwoty oprocentowania, opłat itp.). Zakres informacji w pouczeniu – przedstawiony w formie reprezentatywnego przykładu kredytu – powinien obejmować m.in. stopę oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu, całkowitą kwotę kredytu czy też rzeczywistą roczną stopę oprocentowania (RRSO). Pouczenie musi być prezentowane w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny. Jeśli zatem przedsiębior-

Źródło: Twitter

ca w swoich materiałach reklamowych podaje powyższe informacje w sposób sprzeczny z którąkolwiek z wymienionych przesłanek, to narusza tym samym art. 7 u.k.k. Jeśli to naruszenie godzi jednocześnie w zbiorowe interesy konsumentów, to Prezes UOKiK zyskuje podstawę do podjęcia działań względem naruszyciela, w tym wszczęcia przeciwko niemu postępowania administracyjnego.

### Zarzuty UOKiK

W analizowanych postępowaniach Prezes UOKiK zbadał szereg telewizyjnych reklam kredytów konsumenckich, udzielanych zarówno przez banki, jak i inne instytucje finansowe, pod kątem spełnienia przesłanek jednoznaczności, zrozumiałości i widoczności komunikatu. Analizowano również reklamy internetowe i prasowe, niemniej w niniejszym artykule skupiam się na reklamie telewizyjnej jako przewijającej się przez wszystkie wspomniane decyzje, a przy tym mającej największe oddziaływanie na konsumentów. Warto zaznaczyć, że co do zasady nie zarzucono przedsiębiorcom w tych sprawach błędów merytorycznych w treści wymaganych prawem komunikatów. Prezes UOKiK skupił się przede wszystkim na formie ich prezentacji.

Zarzuty Prezesa UOKiK względem telewizyjnych materiałów reklamowych kredytów konsumenckich dotyczyły, po pierwsze, krótkiego czasu wyświetlania wymaganych prawem informacji (od 1 do 10 sekund); po drugie, stosowania przez przedsiębiorców zbyt małej czcionki utrudniającej odczytanie wyświetlanych informacji; po trzecie, prezentowania zbyt dużej ilości informacji „na raz" poprzez rozszerzanie wymaganych prawem informacji o dodatkowe dane (np. o nagrodach w rankingach kredytów konsumenckich, przedłużeniu promocji, podawaniu dwóch reprezentatywnych przykładów zamiast jednego itp.), co utrudniało konsumentom odnalezienie reprezentatywnego przykładu. Po czwarte wreszcie, chodziło o prezentowanie pouczenia (małą czcionką) jednocześnie z hasłami reklamowymi (dużą czcionką), co w opinii Prezesa UOKiK odciągało uwagę konsumentów od wymaganych prawem informacji dotyczących kredytu.

### Krytyka

Omówienie powyższych zarzutów należy poprzedzić przypomnieniem, że w przeciwieństwie do przepisów prawa farmaceutycznego, przepisy ustawy o kredycie konsumenckim nie zawierają żadnych konkretnych wskazówek, w jaki sposób przedsiębiorcy powinni realizować w praktyce ten przedkontraktowy obowiązek informacyjny. Odpowiedzią na wątpliwości z tym związane było wydanie na początku 2016 r. branżowych Dobrych praktyk w zakresie standardów reklamowania kredytu konsumenckiego (Dobre praktyki). W Dobrych praktykach określono pewne minimalne standardy techniczne prezentacji pouczeń prawnych dotyczących reklamowanego kredytu. W świetle wniosków wypływających z omawianych decyzji postanowienia Dobrych praktyk – choć sformułowane w sposób zdroworozsądkowy – nie odpowiadają w pełni wizji reklam kredytów konsumenckich, jaką zdaje się mieć UOKiK.

Niemniej należy zgodzić się z tym, że prezentowanie pouczeń zbyt małą, nieczytelną czcionką czy też umieszczanie komunikatu na niekontrastującym tle stoi w sprzeczności z wymogiem widoczności. Za wątpliwe z perspektywy przesłanki jednoznaczności należy również uznać tworzenie szumu informacyjnego poprzez rozbudowywanie treści komunikatu o niewymagane prawem informacje. W części należy również poprzeć zarzuty Prezesa UOKiK w zakresie zbyt krótkiego czasu emisji pouczeń w reklamach telewizyjnych. W istocie wyświetlanie przez 2–3 sekundy rozbudowanego komunikatu zawierającego dane liczbowe, uniemożliwia konsumentowi zapoznanie się z jego treścią, a tym bardziej zapamiętanie najistotniejszych informacji z niego wypływających. Nie uważam jednak, by prezentowanie pouczenia prawnego przez czas 5–10 sekund również nie spełniało przesłanki widoczności. Za rozsądną należy uznać nakreśloną w Dobrych praktykach dolną granicę 5 sekund dla każdej części pouczenia zajmującego na jednym ekranie maksymalnie trzy linijki stałego tekstu i nie mniej niż 75% czasu reklamy. Ostatecznie wnioski w tym zakresie powinny wynikać z kompleksowych badań percepcji przeprowadzonych na odpowiednio dużej próbie odbiorców. Na marginesie dodam, że brak takich badań można podnieść jako jeden z głównych zarzutów względem omawianych rozstrzygnięć Prezesa UOKiK. Zastosowano w nich koncepcję przeciętnego konsumenta niezdolnego – w opinii organu – do odczytania kwestionowanych komunikatów m.in. ze względu na zbyt krótki czas ich prezentacji. Konstatacja ta nie została jednak poparta jakimikolwiek badaniami lub zewnętrznymi opiniami. Takie postępowanie Prezesa UOKiK należy ocenić negatywnie w świetle zasad rządzących postępowaniami administracyjnymi.

Za chybiony należy uznać zarzut Prezesa UOKiK względem analizowanych reklam, który sprowadzić można do stwierdzenia, że jeśli przedsiębiorca miał możliwość zaprezentowania w reklamie odpowiednio dużego hasła reklamowego, to równie dobrze mógł zawrzeć w reklamie tak samo duże pouczenie. Podobnie wątpliwe jest kwestionowanie przez UOKiK prezentowania w tym samym czasie haseł reklamowych oraz pouczenia, co w opinii organu odciąga uwagę konsumentów od tego drugiego. Z powyższego wynika, że organ ochrony konsumentów chciałby, aby pouczenia w reklamach kredytów konsumenckich były prezentowane równie dużą czcionką jak hasła reklamowe, a przy tym powinny być umieszczane na odrębnych planszach wyświetlanych przez kilkanaście sekund. Podejście to stoi w sprzeczności z rozumieniem przekazu reklamowego przede wszystkim jako narzędzia budowania wśród konsumentów zainteresowania danym produktem. Przedsiębiorca powinien bowiem mieć prawo do eksponowania pozytywnych cech swojego produktu, nie wprowadzając oczywiście konsumentów w błąd i nie manipulując nimi. Realizacja obowiązku informacyjnego poprzez prezentację pouczenia powinna mieć charakter suple-

**Mateusz Mroczek**

Prawnik w Kancelarii Traple Konarski Podrecki i Wspólnicy. Absolwent studiów prawniczych na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego. Uczestniczy w pracach praktyki prawa gospodarczego i doradztwa korporacyjnego. Specjalizuje się w prawie ochrony konkurencji i konsumentów, regulacjach sektorowych, doradztwie korporacyjnym. Jego zainteresowania prawnicze obejmują również szeroko pojęte prawo administracyjne materialne i proceduralne. Posiada bogate doświadczenie szkoleniowe.

mentarny względem głównego przekazu promocyjnego. Charakter reklamy telewizyjnej, która ze swej natury musi być dynamiczna i skrótowa, w zasadzie wyklucza możliwość zaprezentowania pouczenia w tak obszernej formie. W mojej opinii za wystarczającą należałoby uznać emisję pouczenia w takim zakresie, w jakim określono to w Dobrych praktykach, tak by z jednej strony zainteresowany konsument mógł z łatwością zapoznać się z kosztami kredytu wyliczonymi w reprezentatywnym przykładzie, a z drugiej by realizacja tego obowiązku nie doprowadziła do faktycznej destrukcji przekazu reklamowego.

## Nowe obowiązki informacyjne w reklamach kredytów konsumenckich

Niektóre wymogi względem reklam kredytów konsumenckich, jakie wynikają z omawianych decyzji Prezesa UOKiK, wydają się nieproporcjonalne w relacji do realiów rynku kredytów konsumenckich i faktycznych potrzeb oraz uwarunkowań konsumentów. Niemniej znalazły swoje odzwierciedlenie we wspomnianej na wstępie nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim. W jej wyniku pouczenie w materiałach reklamowych będzie musiało być zaprezentowane konsumentowi w sposób co najmniej tak samo widoczny, czytelny i słyszalny jak dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego (nowy art. 7a u.k.k.). Jeśli zatem przedsiębiorca wskaże w materiale reklamowym w formie wyróżnionego hasła, że dany kredyt jest obłożony zerowym oprocentowaniem, to wymagane prawem pouczenie będzie musiało być zaprezentowane w równie widoczny sposób jak owo hasło. Jak wskazano w uzasadnieniu do nowelizacji, celem tego wymogu jest zapewnienie, aby informacje wymagane w art. 7 u.k.k. były wyeksponowane co najmniej w takim samym stopniu jak te elementy reklamy, które spowodowały konieczność ich prezentacji. Ustawodawca pragnie tym samym w swoisty sposób zunifikować zasady reklamowania kredytów konsumenckich, ułatwiając konsumentom porównywanie różnych ofert.

## Nowe (stare) wątpliwości

Założenie to jest co do zasady słuszne, ale może okazać się trudne do wykonania w praktyce. Nowa regulacja w zasadzie nie rozwiewa wątpliwości co do reguł prezentowania wymaganych prawem informacji, jakie zrodziły się w dotychczasowym stanie prawnym, a de facto tworzy nowe. W jaki bowiem sposób należy rozumieć uwidocznienie w reklamie „danych dotyczących kosztu kredytu" – jako całego hasła reklamowego zawierającego dane dotyczące kosztu, czy może tylko fragmentu takiego hasła, np. w formie liczby 0? Co należy rozumieć pod

Źródło: Memgenerator.net „Philosoraptor"

pojęciem „w sposób co najmniej tak samo widoczny, czytelny..." – czy oznacza to zastosowanie takiej samej czcionki i kolorystyki? Jak wymóg ten odczytywać w świetle zastrzeżeń Prezesa UOKiK co do jednoczesnego prezentowania hasła reklamowego i pouczenia – czy w konsekwencji pouczenie będzie musiało być wyświetlane w reklamie na odrębnej planszy i przez taki sam okres jak wcześniej (lub później) prezentowane hasło reklamowe? Wydaje się ponadto, że zakres pojęcia „w sposób co najmniej tak samo widoczny, czytelny..." wcale nie musi być równoznaczny z określeniem „w taki sam sposób", co mogłoby wskazywać na pewien zakres dowolności przy prezentowaniu pouczenia.

Nie ulega wątpliwości, że ustawodawca w tej dziedzinie pozostawia przedsiębiorców w sferze znaczącej niepewności prawnej. Ryzyko nieprawidłowej realizacji obowiązków ustawowych znacząco wzrośnie po wejściu w życie nowych przepisów, a wskazówki zaprezentowane kredytodawcom w opublikowanych niedawno decyzjach raczej go nie niwelują. Szkoda, że ustawodawca – z pewnością świadomy funkcjonowania na rynku samoregulacji branżowej w formie Dobrych praktyk – nie uznał tego mechanizmu poprzez zastosowanie odpowiednich odesłań w ustawie względnie nie wpadł na pomysł stworzenia reguł podobnych do tych funkcjonujących na gruncie prawa farmaceutycznego, które pozostawiają przedsiębiorcom znacznie mniejszą swobodę w zakresie sposobów realizacji obowiązków informacyjnych, ale jednocześnie gwarantują im odpowiedni poziom pewności prawnej.

Ostateczne zasady stosowania nowych przepisów najprawdopodobniej ukształtują się zapewne dopiero po kolejnej ofensywie decyzyjnej Prezesa UOKiK, przeprowadzonej już na gruncie nowych regulacji. Choć już teraz wspomnianą na wstępie decyzję z 30 czerwca 2017 r., wydaną w przeddzień wejścia w życie nowych przepisów, można potraktować jako swoistą zapowiedź raczej bezkompromisowego podejścia organu ochrony konsumentów względem przedsiębiorców oferujących kredyty konsumenckie. W tym świetle szczególnie istotne wydaje się niezwłoczne zaktualizowanie Dobrych praktyk pod kątem nowych obowiązków kredytodawców. m

# Rozpatrywanie reklamacji przez instytucję pożyczkową

**W dniu 11 października 2015 r. weszła w życie ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym (Dz. U. z 2016, poz. 892; dalej: Ustawa). Ustawa określa zasady rozpatrywania reklamacji przez podmioty rynku finansowego, składanych przez klientów tych podmiotów oraz zasady działania Rzecznika Finansowego.**

Po pierwsze należy zauważyć, że instytucja pożyczkowa zgodnie z art. 2 pkt 3.h. Ustawy jest podmiotem rynku finansowego. Po drugie definicja reklamacji zawarta jest w art. 2 pkt 2 Ustawy, zgodnie z którym, reklamacja to wystąpienie skierowane do podmiotu rynku finansowego przez jego klienta, w którym klient zgłasza zastrzeżenia dotyczące usług świadczonych przez podmiot rynku finansowego. Z kolei art. 3 ust. 2 Ustawy mówi o tym, w jakiej formie może być złożona reklamacja, wskazując iż może to nastąpić:

**1)** w formie pisemnej – osobiście, w jednostce podmiotu rynku finansowego obsługującej klientów, albo przesyłką pocztową w rozumieniu art. 3 pkt 21 ustawy z dnia 23 listopada 2012 r. – Prawo pocztowe (Dz. U. poz. 1529 oraz z 2015 r. poz. 1830);

**2)** ustnie – telefonicznie albo osobiście do protokołu podczas wizyty klienta w jednostce, o której mowa w ust. 1;

**3)** w formie elektronicznej z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej, o ile takie środki zostały do tego celu wskazane przez podmiot rynku finansowego.

Ustawa nie uzależnia uznania danego wystąpienia klienta jako reklamacji od tego, czy jest to pierwsze, czy też kolejne wystąpienie klienta, bądź czy jest to odwołanie od reklamacji.

W każdym z ww. wypadków wystąpienie będzie więc uznawane za reklamację w rozumieniu art. 2 pkt 2 Ustawy, jeżeli będzie zawierać jakiekolwiek zastrzeżenia dotyczące usług świadczonych przez podmiot rynku finansowego.

Przyjmując zaś, że wystąpienie klienta ma przymiot reklamacji determinuje konieczność stosowania przepisów Ustawy. Oznacza to obowiązek udzielenia odpowiedzi przez instytucję pożyczkową na reklamację klienta bez zbędnej zwłoki, nie dłużej jednak niż 30 dni od dnia jej otrzymania. W szczególnie skomplikowanych przypadkach, uniemożliwiających rozpatrzenie reklamacji w terminie 30 dni, instytucja pożyczkowa może przedłużyć termin odpowiedzi maksymalnie do 60 dni od jej otrzymania. Musi jednak:

**1)** poinformować klienta o przyczynach opóźnienia,

**2)** wskazać okoliczności, które muszą zostać ustalone dla rozpatrzenia sprawy,

**3)** określić przewidywany termin rozpatrzenia reklamacji i udzielenia odpowiedzi.

Jeżeli instytucja pożyczkowa nie odpowie na reklamację konsumenta w ustawowym terminie, to taką reklamację uważa się za rozpatrzoną zgodnie z wolą klienta.

Ponadto odpowiedź podmiotu rynku finansowego powinna zawierać wszystkie elementy o których mowa w art. 9 Ustawy tj.:

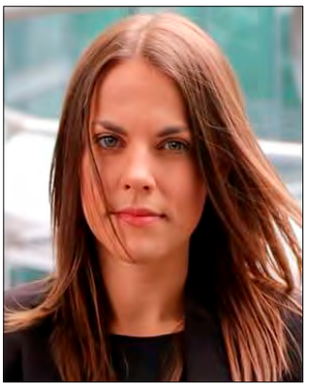
**1)** uzasadnienie faktyczne i prawne, chyba że reklamacja została rozpatrzona zgodnie z wolą klienta;

**2)** wyczerpującą informację na temat stanowiska podmiotu rynku finansowego w sprawie skierowanych zastrzeżeń, w tym wskazanie odpowiednich fragmentów wzorca umowy lub umowy;

**3)** imię i nazwisko osoby udzielającej odpowiedzi ze wskazaniem jej stanowiska służbowego;

**4)** określenie terminu, w którym roszczenie podniesione w reklamacji rozpatrzonej zgodnie z wolą klienta zostanie zrealizowane, nie dłuższego niż 30 dni od dnia sporządzenia odpowiedzi.

Źródło: Pixabay



**Monika Bielicka**
Adwokat w ID Finance Poland

W sytuacji, gdy instytucja pożyczkowa nie uzna reklamacji klienta, może on skorzystać z pomocy Rzecznika Finansowego, który zajmuje się rozstrzyganiem sporów na linii konsument - podmiot rynku finansowego.

# RODO – nowe wyzwania w zakresie ochrony danych osobowych

**Od 25 maja 2018 roku każdy przedsiębiorca, prowadzący działalność na terenie Unii Europejskiej, będzie zobowiązany stosować w swojej działalności przepisy „Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych", czyli tzw. RODO.**

Rozporządzenie ma niwelować przeszkody w funkcjonowaniu rynku unijnego oraz zwiększyć ochronę i przestrzenie prawa do prywatności. Już dziś wiadomo, że RODO wywrze istotny wpływ na działalność instytucji pożyczkowych.

## Nowe zasady dotyczące zgody na przetwarzanie danych osobowych

Zasadniczą zmianą, z którą będą musiały zmierzyć się instytucje pożyczkowe będzie konieczność dostosowania procedur uzyskiwania zgód na przetwarzanie danych osobowych do nowych przepisów.

RODO przewiduje, że zgoda na przetwarzanie danych osobowych przygotowana przez administratora danych osobowych powinno mieć zrozumiałą, łatwo dostępną formę, być sformułowana jasnym i prostym językiem i nie powinna zawierać nieuczciwych warunków. Zgoda na przetwarzanie danych osobowych powinna zostać wyrażona przez działanie, co oznacza, że jeśli udzielenie zgody ma mieć formę elektroniczną to powinno ono polegać na zaznaczeniu okienka wyboru podczas przeglądania strony internetowej. Niedopuszczalne będzie domyślne ustawianie okienka ze zgodą na przetwarzanie danych osobowych. Zgoda będzie musiała być wyrażona dobrowolnie, co oznacza, że od jej wyrażenia co do zasady nie będzie można uzależniać zawarcia umowy. Przykładowo, za niezbędną dla wykonania umowy nie można uznać zgody marketingowej. Dlatego, jeśli przedsiębiorca uzależni zawarcie umowy od jej wyrażenia, zgoda taka będzie nieważna. Należy również pamiętać, że w przypadku jeśli administrator danych osobowych zamierza przetwarzać dane osobowe w różnych celach, potrzebna będzie osobna zgoda na każdy z celów przetwarzania danych.

Zgody zebrane przez administratorów danych osobowych pod rządami obecnej Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych pozostają w mocy i po 25 maja 2018 roku będzie można na ich podstawie przetwarzać dane osobowe klientów, ale tylko jeśli wyrażenie zgody odpowiada warunkom rozporządzenia.

## Rozbudowanie obowiązku informacyjnego

Przepisy RODO przewidują znacznie poszerzony katalog informacji, które będą musiały być przekazane przez przedsiębiorcę z chwilą zebrania danych osobowych. Pod rządami aktualnie obowiązującej Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych obowiązek informacyjny nie jest szczególnie rozbudowany. Przedsiębiorca zobowiązany jest podać podmiotowi danych informacje identyfikujące administratora danych osobowych, informację o celu zbierania danych, prawie dostępu do treści swoich danych oraz ich poprawiania; dobrowolności albo obowiązku podania danych.

RODO znacznie poszerza zakres informacji, które powinny być przekazane osobie, której dane osobowe są przetwarzane. Z chwilą objęcia polskich przedsiębiorców przepisami RODO przedsiębiorca oprócz aktualnie udzielanych informacji będzie musiał dodatkowo podać podstawę prawną przetwarzania danych, lub wskazać prawnie uzasadniony interes administratora jeżeli na tej podstawie odbywa się przetwarzanie, udzielić informacji o zamiarze przekazywania danych odbiorcom danych lub o zamiarze przekazania danych do państwa trzeciego; okresie przez, który dane osobowe będą przechowywane, informację, czy dane osobowe podlegają profilowaniu oraz informację o prawie wniesienia skargi do organu nadzorczego. Administrator będzie również zobowiązany wskazać osobie fizycznej szczegółowe prawa, które jej dotyczą, tj. prawo do usunięcia danych; prawdo ograniczenia przetwarzania, prawo przenoszenia danych do innego administratora, prawo do cofnięcia zgody (gdy osoba, której dane dotyczą wyraża zgodę na przetwarzanie danych).

Zmiany te będą wymagały znacznego poszerzenia obecnie stosowanych przez przedsiębiorców klauzul informacyjnych, prezentowanych zarówno w formie papierowej jak i elektronicznej. Może to oczywiście oznaczać zwiększone trudności w pozyskiwaniu zgód na przetwarzanie danych osobowych.

**Monika Macura**
Radca prawny

### Prawa osoby, której dane osobowe są przetwarzane

RODO rozszerza zakres uprawnień przysługujących osobie, której dane osobowe są przetwarzane. Nowością, w stosunku do aktualnie obowiązujących przepisów, będzie możliwość żądania przeniesienia danych osobowych do innego administratora danych. Każda osoba fizyczna będzie mogła żądać od administratora danych, aby przekazał jej dotyczące jej dane osobowe w formie elektronicznej. Tak otrzymane dane osobowe będzie można przekazać do innego administratora. Podmiot danych będzie miał również prawo żądania, by to sam administrator przesłał jego dane do innego administratora danych. Uprawnienie to będzie miało szczególne znaczenie w przypadku zmiany usługodawcy.

### Wprowadzenie definicji „profilowania".

Rozporządzenie wprowadza legalną definicję profilowania, określając, że jest to zautomatyzowany sposób przetwarzania danych osobowych, polegający na tym, że administrator danych osobowych podejmuje jakąkolwiek decyzję dotyczącą danej osoby w oparciu o automatyczny proces. W praktyce działania instytucji pożyczkowych do profilowania może dochodzić w sytuacji oceny zdolności kredytowej klienta, szczególnie w sytuacji zautomatyzowanego odrzucenia wniosku kredytowego, jak również w procesach marketingowych, np. przy kierowaniu do klienta odpowiedniej oferty.

Rozporządzenie wprowadza zasadę, że profilowanie będzie mogło odbywać się na podstawie zgody wyraźnie udzielonej przez osobę fizyczną. Administrator danych osobowych będzie miał również obowiązek poinformowania, czy podejmuje jakiekolwiek decyzje w oparciu o profilowanie. Ponadto, osoby fizyczne będą miały prawo dostępu do danych, składających się na profil, a administrator danych będzie zobowiązany do wyjaśnienia im konsekwencji profilowania oraz zasad podejmowania decyzji na podstawie profilowania. Ponadto osoba, które dane dotyczą będzie mogła zgłosić sprzeciw wobec profilowania jego danych w celu marketingu bezpośredniego. W razie zgłoszenia takiego sprzeciwu przedsiębiorca nie będzie mógł już wykorzystywać zautomatyzowanych procesów marketingowych w stosunku do danej osoby.

### Obowiązek informowania GIODO o naruszeniu bezpieczeństwa danych osobowych

Dotychczas przedsiębiorcy (za wyjątkiem firm telekomunikacyjnych) nie mieli obowiązku informowania Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych o incydentach związanych z naruszeniem bezpieczeństwa danych osobowych.

Na gruncie RODO przedsiębiorcy będą zobowiązani, w terminie 72 godzin po stwierdzeniu naruszenia, zgłosić ten fakt Generalnemu Inspektorowi Ochrony Danych Osobowych, chyba że będzie mało prawdopodobne, by takie naruszenie skutkowało ryzykiem naruszenia praw lub wolności osób fizycznych. Rozporządzenie wprowadza również obowiązek szczegółowego dokumentowania wszelkich przypadków naruszenia bezpieczeństwa danych osobowych. Jeśli organ nadzoru stwierdzi, że do naruszenia bezpieczeństwa danych osobowych doszło wskutek rażącego zaniedbania administratora, to można liczyć się z ryzykiem nałożenia kar pieniężnych, które w nowym rozporządzeniu są bardzo wysokie.

### Ostre sankcje za niestosowanie przepisów

Aktualne przepisy przewidują względnie niskie kary za naruszenia przez przedsiębiorcę przepisów, regulujących przetwarzanie danych osobowych. Zdarzało się więc, że niektórzy administratorzy danych osobowych dochodzili do wniosku, że korzyści z nieprzestrzegania przepisów są zdecydowanie większe niż ich negatywne konsekwencje. RODO wprowadza rewolucyjne wręcz zmiany w zakresie kar za naruszenie przestrzegania przepisów dotyczących ochrony danych osobowych. Za naruszenie istotnych przepisów dotyczących ochrony danych osobowych przewiduje ono grzywnę maksymalnie do 20 mln EUR, lub do 4% całkowitego światowego obrotu przedsiębiorcy z poprzedniego roku, a dwukrotnie mniejsze kary (10 mln EUR lub do 2% światowego obrotu) w sprawach mniejszej wagi. Każdy przypadek organ nadzorczy będzie musiał rozpatrzyć indywidualnie biorąc pod uwagę: m.in. skalę naruszenia; umyślność działania oraz stopień współpracy przedsiębiorcy.

### Zmiany w dokumentacji dotyczącej przetwarzania danych osobowych

Z chwilą wprowadzenia RODO zniknie obowiązek rejestracji zbioru danych osobowych w rejestrze prowadzonym przez Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych. Nie będzie również obowiązku prowadzenia dokumentacji ochrony danych osobowych w dotychczasowej postaci, a administratorzy bezpieczeństwa informacji staną się inspektorami ochrony danych.

W przeciwieństwie do obowiązujących przepisów, RODO nie określa również minimalnych standardów technicznych mających na celu zabezpieczenie danych osobowych. Administrator danych osobowych będzie musiał samodzielnie zdecydować, jakie zabezpieczenia i procedury przetwarzania danych osobowych wdrożyć aby zapewnić stosowny poziom bezpieczeństwa danych. Pomocna ma być w tym tzw. ocena skutków dla ochrony danych, której przeprowadzenie pozwoli ustalić odpowiedni model ochrony danych, a także w niektórych przypadkach obowiązek konsultacji zamierzonych działań w zakresie przetwarzania danych osobowych z Generalnym Inspektorem Danych Osobowych. Nowym obowiązkiem przedsiębiorcy będzie również przygotowane i utrzymanie rejestrów dotyczących przetwarzanych danych, uwzględniających m.in.: powody przetwarzania danych, kategorie podmiotów danych i danych osobowych, adresatów danych, rejestry międzynarodowych transferów danych, rejestry naruszeń i incydentów, rozwój i utrzymanie zasad ochrony prywatności dla każdej linii produktowej, przechowywanie potwierdzonych zgód na przetwarzanie danych itd.

### Podsumowanie

Zmiany wprowadzone Rozporządzeniem mają zapewnić osobom fizycznym zwiększoną kontrolę nad ich danymi osobowym i ułatwić dostęp do tych danych. Do 25 maja 2018 roku przedsiębiorcy mają czas na identyfikację istniejących luk i niezgodności w zakresie danych osobowych w związku z nowymi wymogami i przeprowadzenie odpowiednich działań dostosowawczych, które mogą okazać się niemałym wyzwaniem organizacyjnym.

# Reklama kredytu konsumenckiego: nowe obowiązki kredytodawców i pośredników kredytowych

**Aktualnie obowiązujące przepisy ustawy o kredycie konsumenckim nakładają na kredytodawców i pośredników kredytowych określone obowiązki informacyjne w związku z emisją reklam kredytu konsumenckiego. Obowiązki te mają zastosowanie do reklam zawierających dane dotyczące kredytu konsumenckiego.**

W przypadku takich reklam treść tzw. „pouczenia prawnego" powinna zawierać informacje dotyczące m.in. stopy oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu, całkowitej kwoty kredytu, a także rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania (RRSO). Ponadto, w stosownych przypadkach, w reklamie należy podawać m.in. czas obowiązywania umowy, całkowitą kwotę do zapłaty przez konsumenta oraz wysokość rat. Wymienione wyżej informacje należy podawać w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny, na podstawie reprezentatywnego przykładu.

Na mocy nowelizacji, dokonanej ustawą z dnia 23 marca 2017 r. o kredycie hipotecznym oraz o nadzorze nad pośrednikami kredytu hipotecznego i agentami, do przepisów ustawy o kredycie konsumenckim określających obowiązki informacyjne związane z reklamą kredytu konsumenckiego wprowadzono dosyć istotne zmiany, zarówno w zakresie treści przekazów reklamowych, jak i sposobu ich prezentowania.

Po pierwsze, doprecyzowano zakres przedmiotowy obowiązków informacyjnych związanych z reklamą kredyt konsumenckiego, stanowiąc, iż dotyczą one reklam zawierających dane liczbowe dotyczące kosztów kredytu, w szczególności stopę oprocentowania. Zmiana ma na celu dostosowanie brzmienia przepisu ustawy do treści dyrektywy o kredycie konsumenckim i nie budzi większych kontrowersji, zwłaszcza że również w dotychczasowym stanie prawnym na ogół jednolicie przyjmowano, odwołując się do dyrektywy, iż chodzi wyłącznie o dane liczbowe. W związku z tym powyższa zmiana nie powinna mieć większego wpływu na działalność kredytodawców i pośredników kredytowych w zakresie reklamy kredytu.

**Tomasz Ostrowski**
Adwokat, partner w kancelarii Adwokaci Sobolewski-Hajbert, Ostrowski, Rajczakowski

Źródło: Pixabay

Po drugie, doprecyzowano również, że wraz z informacją o stopie oprocentowania w reklamie należy podać także informację o tym, czy jest to stopa stała lub zmienna lub też zastosowanie mają obydwie te stopy. Należy przyjąć, że obowiązek ten dotyczy wszelkich reklam odnoszących się do umów o kredyt, które przewidują naliczanie oprocentowania od kwoty udzielonego kredytu (odsetek kapitałowych). Natomiast nie dotyczy on reklam odnoszących się do umów o kredyt, które przewidują wyłącznie naliczanie odsetek za opóźnienie w spłacie kredytu, niezależnie od tego, jaka stopa oprocentowania ma zastosowanie do zadłużenia przeterminowanego.

Po trzecie, dodano przepis stanowiący, że obowiązkowe informacje podawane w reklamach kredytu konsumenckiego podaje się konsumentowi w sposób co najmniej tak samo widoczny, czytelny

i słyszalny jak dane liczbowe dotyczące kosztu kredytu. Pojawia się pytanie, jak należy rozumieć to wymaganie. Przykładowo można się zastanawiać, czy oznacza to – w przypadku podawania tych informacji w formie tekstowej – obowiązek ujednolicenia czcionki w całej reklamie? Ponadto, czy wymóg ten należy rozumieć jako obowiązek posłużenia się tym samym rodzajem przekazu w odniesieniu do każdej z tych informacji, np. tekstem (w przypadku reklamy prasowej, telewizyjnej lub outdoorowej) lub dźwiękiem (w przypadku reklamy telewizyjnej lub radiowej)?

Odpowiadając na powyższe pytanie należy odwołać się do wykładni celowościowej. Jak wskazano w uzasadnieniu projektu ustawy, *ratio legis* omawianego przepisu stanowiło zapewnienie, aby *wymagane informacje były wyeksponowane co najmniej w takim samym stopniu jak te elementy reklamy, które spowodowały konieczność ich prezentacji*. W intencji projektodawców powyższe rozwiązanie jest *rozwinięciem wymogu widoczności i zrozumiałości przewidzianego w art. 7 ustawy o kredycie konsumenckim i zmierza do proporcjonalnego powiązania stopnia spełniania tych wymogów ze sposobem podawania informacji, które wywołują obowiązek prezentowania informacji wymaganych ustawą*. Pozwala to przyjąć, że wspomniany obowiązek powinien być interpretowany i stosowany z uwzględnieniem kryteriów celowości i proporcjonalności, a także okoliczności konkretnego przypadku. Kluczowe wydaje się w szczególności zapewnienie, aby sposób prezentowania poszczególnych informacji w reklamie zapewniał, że całościowy przekaz będzie odpowiednio zrównoważony z punktu widzenia percepcji konsumenta jako odbiorcy reklamy. Nie w każdym przypadku będzie to zatem oznaczało konieczność pełnego ujednolicenia stosowanych środków wyrazu, chociaż nie można wykluczyć, że taka potrzeba może zaistnieć w konkretnym przypadku.

Po czwarte wreszcie, nałożono na kredytodawców i pośredników kredytowych obowiązek podawania RRSO również w reklamach, które nie zawierają danych liczbowych dotyczących kosztu kredytu konsumenckiego. Również w tym przypadku informacja dotycząca RRSO powinna zostać podana w sposób co najmniej tak samo widoczny, czytelny i słyszalny jak pozostałe informacje przekazywane w reklamie. Obowiązek ten stanowi istotne *novum*, albowiem dotychczas ustawa o kredycie konsumenckim nie przewidywała żadnych szczególnych obowiązków informacyjnych w odniesieniu do reklam nie zawierających danych liczbowych dotyczących kosztów kredytu. Ponieważ uzasadnienie projektu ustawy nie wyjaśnia motywów, które stały za takim rozwiązaniem, można się jedynie domyślać, iż mogło chodzić o zapobieżenie próbom obchodzenia regulacji poprzez zastępowanie danych liczbowych o kosztach informacjami podawanymi w innej formie. W konsekwencji obowiązek podawania RRSO będzie dotyczył również reklam kredytu nie zawierających jakichkolwiek informacji o kosztach. W związku z tym można się zastanawiać, czy obowiązek ten będzie dotyczył również reklam ogólnych, promujących markę kredytodawcy (wizerunkowych). Wydaje się, iż można zaryzykować tezę, że obowiązek ten nie będzie miał zastosowania tak długo, jak długo nie będziemy mieli do czynienia z reklamą określonego produktu kredytowego.

Omówione zmiany wchodzą w życie w dniu 22 października 2017 r. Można się spodziewać, że ich skutkiem będzie dalsze uporządkowanie i ujednolicenie praktyk w zakresie reklam kredytu konsumenckiego, co powinno wpływać pozytywnie na ich wiarygodność i poziom zaufania konsumentów. Jak się wydaje, kredytodawcy i pośrednicy kredytowi już teraz powinni rozpocząć działania w celu dostosowania oferty handlowej oraz strategii reklamowej i informacyjnej, a także przeszkolenia personelu. Podjęcie tych działań odpowiednio wcześnie pozwoli należycie przygotować się do nowych wymogów oraz uniknąć odpowiedzialności związanej z naruszeniem przepisów, w szczególności z tytułu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

# Już ponad 55 firm pożyczkowych współpracuje z BIK

## Rozmowa ze Sławomirem Grzelczakiem, Wiceprezesem Zarządu BIK i Prezesem Zarządu BIG InfoMonitor

**Pytania zadał Łukasz Piechowiak**

**Łukasz Piechowiak: Czy BIK to „must have" dla instytucji pożyczkowych?**
**Sławomir Grzelczak:** Jeśli ocena ryzyka konsumentów i firm musi być kompletna i wiarygodna to oczywiście BIK to „must have". Trzeba jasno powiedzieć, że BIK jest szczególnie potrzebny tym firmom pożyczkowym, które pożyczają online a ich procesy od aplikacji do udzielenia pożyczki trwają kilka minut. Nie oznacza to, że BIK jest niepotrzebny tym firmom, które udzielają pożyczek w modelu door to door lub oddziałowym, bo klienci tych firm mogą korzystać z różnych źródeł finansowania, a tę wiedzę ma właśnie BIK. Uważam, że firmy nie korzystające zupełnie z BIK mogą tracić lub przeoczyć ważne informacje na temat tego, gdzie jeszcze finansują się ich klienci (np. w sektorze bankowym), jak często to robią, jakie kwoty kredytów lub pożyczek są przez nich zaciągane. Te dane mogą w nieodległej przyszłości okazać się bezcenne. Biuro Informacji Kredytowej pełniąc rolę integratora informacji kredytowej na rynku wymiany informacji, promuje ideę odpowiedzialnego kredytowania i sukcesywnie rozwija współpracę bezpośrednią, m.in. z firmami pożyczkowymi - jest to obecnie 55 podmiotów. Jako Grupa BIK mamy tę przewagę konkurencyjną, że budujemy naszą ofertę także wraz z danymi z BIG InfoMonitor, z którym współpracują już 143 firmy pożyczkowe.

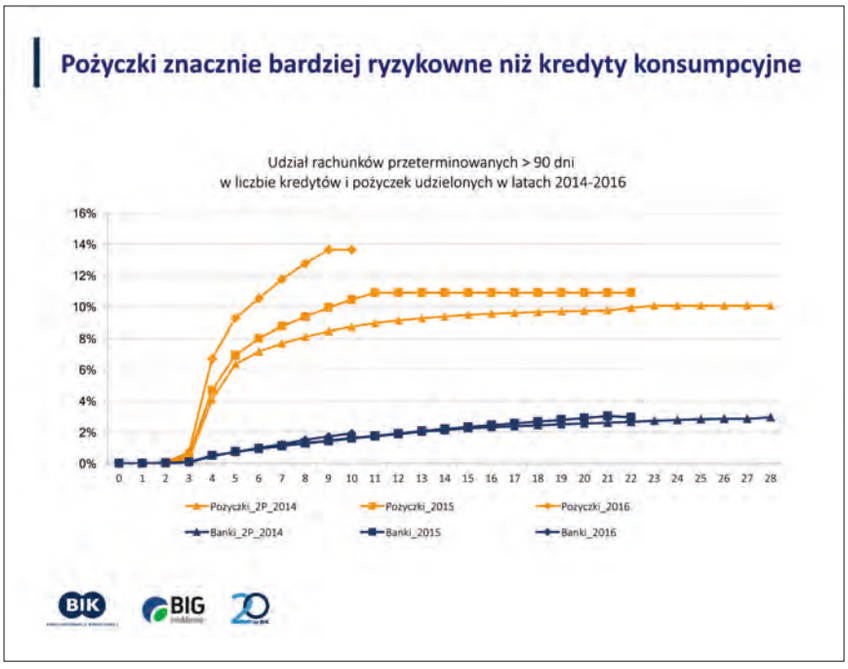
**Sławomir Grzelczak**
Wiceprezes Zarządu BIK i Prezes Zarządu BIG InfoMonitor

Współpraca firm pożyczkowych z BIK przynosi korzyści zarówno konsumentom, jak i samym firmom pożyczkowym i przyczynia się do ograniczenia ryzyka w całym sektorze finansowym. Klienci korzystający z usług firm pożyczkowych mają możliwość budowania swojej pozytywnej historii kredytowej, co zwiększa ich wiarygodność w kontakcie z bankami, a w konsekwencji ułatwia otrzymanie atrakcyjnych warunków kredytu w przyszłości. Mają też pewność że firmy współpracujące z BIK, to poważni i odpowiedzialni uczestnicy rynku finansowego. Najważniejsza korzyść z perspektywy klienta to z pewnością większa szansa na jego ochronę przed pułapką nadmiernego zadłużenia.

Współpracując z Grupą BIK można korzystać z szerokiego wachlarza produktów takich jak: analizy portfelowe, geograficzne i rynkowe, retrospektywne, pokazujące historię kredytową klientów danej firmy pożyczkowej tudzież ich lojalność na tle innych instytucji.

Rynek firm pożyczkowych ciągle się rozwija, a wraz z nim pojawiają się nowe oczekiwania. BIK, oprócz dostarczania kompleksowej wiedzy na temat zaangażowania kredytowego i pożyczkowego, dostarcza również wyspecjalizowane narzędzia, które odzwierciedlają specyfikę tego typu finansowania. Jednym z nich są sektorowe modele oceny punktowej, tzw. scoringi – oparte na specyficznych danych z rynku pożyczek. W najbliższej przyszłości, w odpowiedzi na potrzeby sektora pożyczkowego, na wzór sektora bankowego, będzie wdrażany model scoringowy BIK, służący ograniczaniu ryzyka pożyczkodawcy, jako istotny element w procesie rozpatrywania wniosku o pożyczkę.

Dodatkowo można powiedzieć, że firmy pożyczkowe zostały niejako włączone w ekosystem zapobiegania wyłudzeniom, w system antyfraudowy, pozwalający nie tylko analizować i wymieniać informacje o stwierdzonych nadużyciach czy ich próbach, ale również na tworzenie spe-




cyficznych dla danej firmy mechanizmów „obronnych".

Nasza stała współpraca z firmami niebankowymi pozwala reagować na bieżące i specyficzne ich potrzeby. Co więcej, wraz z udziałem naszych partnerów z firm pożyczkowych wspólnie tworzymy wciąż nowe, udoskonalone rozwiązania.

**Z publikowanych przez BIK informacji wynika, że instytucje pożyczkowe silnie zagospodarowały sprzedaż kredytów do 4 tys. zł. Czy można powiedzieć, że banki i instytucje pożyczkowe podzieliły się rynkiem?**

Sektor pozabankowy ugruntował swoją pozycję na rynku kredytów i pożyczek, stając się dla wielu Polaków alternatywą bądź uzupełnieniem finansowania bankowego. Można powiedzieć, że banki i firmy pożyczkowe współtworzą dzisiejszy rynek finansowania konsumenckiego. Podczas gdy banki koncentrują się na udzielaniu kredytów na wysokie kwoty od 50 tys. do powyżej 200 tys., które stanowią 37,6% wartości udzielonych kredytów konsumpcyjnych, to stopniowo spada udział kredytów niskokwotowych, do 4 tys. zł. Utrwalił się zatem trend obserwowany od kilku lat, że w zakresie finansowania niskokwotowego rośnie znaczenie firm pożyczkowych. Wartość segmentu niskokwotowego finansowania do 4 tys. zł. wyniosła w 2016 r. 10 mld zł, a w okresie I-VIII 2017 r. osiągnęła 6,6 mld zł, z czego na firmy pożyczkowe, które współpracują z BIK, a więc głównie działające on-line przypada blisko 28% udział. Jednak warto zwrócić uwagę, że w przypadku finansowania do kwoty 1 tys. zł, udział rynkowy pożyczek zbliża się do połowy łącznego finansowania banków i firm pożyczkowych i wynosi już 48,5%.

Chciałbym także zaznaczyć, że sami konsumenci mają także swoje preferencje dotyczące wyboru instytucji finansowej. Polacy wyrazili swoje opinie w badaniu „Polacy na rynku kredytowym", zrealizowanym przez ARC Rynek i Opinia, na zlecenie BIK w 2016 r. Dla osób korzystających z oferty firm pożyczkowych główną motywacją jest natychmiastowy dostęp do pieniędzy, co może wynikać z faktu, że łatwiej jest im pożyczać przez Internet, ale także z braku udokumentowanych stałych dochodów, co z punktu widzenia banku jest problemem przy ocenie zdolności kredytowej.

Z kolei osoby korzystające z kredytu w banku kierują się w swoim wyborze jakością oferty oraz brakiem zaufania do firm pożyczkowych.

**Czy może Pan wskazać najistotniejsze ryzyka w sektorze pozabankowego kredytu konsumenckiego? Jak im przeciwdziałać?**

Chcąc mówić o ryzyku, wrócę jeszcze na chwilę do wspomnianego badania opinii. Polacy zapytani o główne motywy korzystania z kredytów czy pożyczek wskazali na zbyt małe zarobki oraz brak oszczędności. To nie jest zaskakujące, natomiast może budzić obawę fakt, że na korzystanie z usług firm pożyczkowych decyduje się praktycznie co piąta osoba ze względu na brak możliwości uzyskania kredytu w banku. Co prawda, klienci sektora pożyczkowego i bankowego przenikają się. Nasze analizy potwierdzają, że aż 80% pożyczkobiorców posiada jednocześnie kredyty w sektorze bankowym. Przyglądamy się jakości zaciąganych kredytów i pożyczek w obu grupach. I tu chciałbym wskazać zaobserwowane przez nas ryzyko. Otóż klienci korzystający z firm pożyczkowych charakteryzują się średnio niższą oceną scoringową w porównaniu z klientami bankowymi, również więcej klientów posiada zaległe zobowiązania. Widoczna jest relacja, że im więcej czynnych kredytów w bankach posiada klient, tym częściej jednocześnie jest klientem sektora firm pożyczkowych. Analizując pożyczkobiorców mających co najmniej jedno czynne zobowiązanie w sektorze bankowym, w roku 2016, 78% z nich nie miało żadnych opóźnień ze spłatą kredytów w bankach w momencie ubiegania się o pożyczkę. To dobra wiadomość. Jednak należy zwrócić uwagę, że klienci firm pożyczkowych reprezentują wyższe ryzyko kredytowe niż klienci banków. Potwierdza to np. punktacja BIKSco Credit Risk 3 – punktowa ocena ryzyka wyznaczana przez BIK na podstawie danych kredytowych. Klienci aktywni w bankach przeciętnie otrzymują 583 punkty (dokładniej, 75% klientów bankowych zdobywa od 498 do 677 punktów). Natomiast klienci otwierający rachunki w firmach pożyczkowych przeciętnie otrzymują 423 punkty (75% klientów firm pożyczkowych otrzymuje od 354 do 533 punktów).

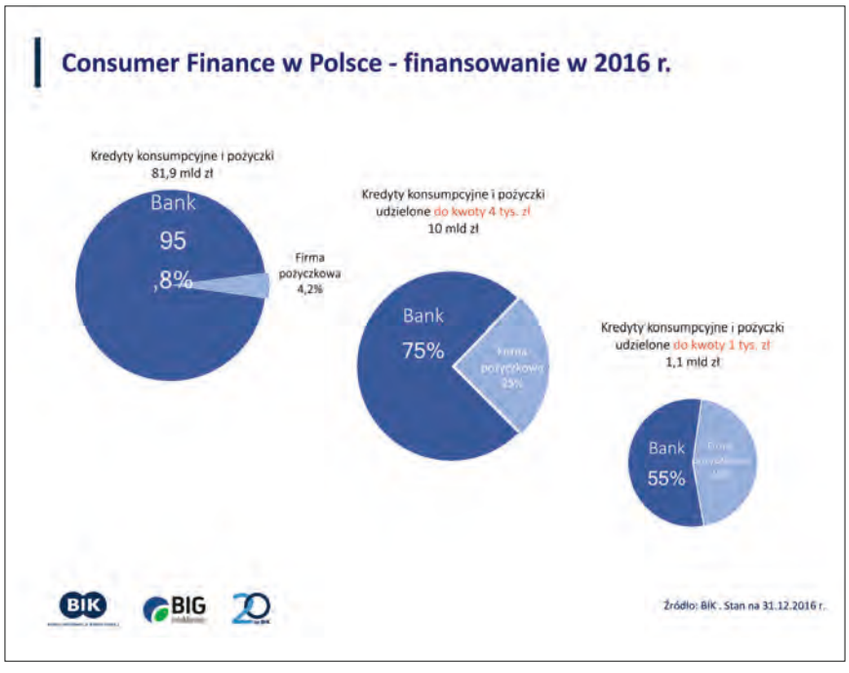
**Czy Polacy są lepszymi kredytobiorcami niż kiedyś?**

Jakość spłacanych kredytów konsumpcyjnych w sektorze bankowym w ostatnich latach utrzymuje się na niskim, bezpiecznym poziomie i jest stabilna.

Potwierdza to analiza liczby kredytów udzielonych w latach 2012–2016, z których po 2 latach od zaciągnięcia kredytów, opóźnionych w spłacie pozostaje tylko 3,4%.

Z analiz BIK nie tylko wynika korelacja, że im wyższa kwota kredytu, tym wyższa szkodowość. Zwracamy uwagę także na zależność szkodowości od wieku kredytobiorcy. Szczególnie ryzykowni są najmłodsi, którzy stanowią wprawdzie 6% ogółu kredytobiorców, ale są aktywni zwłaszcza w kredytach finansujących zakup towarów i usług (ratalnych). Jak wynika z praktyki klienci firm pożyczkowych są znacznie młodsi niż klienci sektora bankowego.

Szkodowość mierzona udziałem kredytów przeterminowanych pow. 90 dni w liczbie kredytów udzielonych w roczniku 2017–2017 jest w firmach pożyczkowych współpracujących z BIK trzykrotnie wyższa niż w sektorze bankowym. Jednym z powodów wyższej szkodowości jest akceptowanie wniosków kredytowych osób nadaktywnych, czyli posiadających 10 i więcej zobowiązań kredytowych. Modele biznesowe firm pożyczkowych zakładają akceptację wyższego ryzyka kredytowego. Banki systematycznie ograniczają kredytowanie takich klientów, podczas gdy firmy pożyczkowe w znacznym stopniu przejęły kredytowanie osób nadaktywnych. Od początku roku w bankach ubyło 1,7 tys. takich klientów, ale tych, którzy w swych portfelach łączą kredyty bankowe (mają ich mniej niż 10) z zobowiązaniami wobec firm pożyczkowych (łącznie mają 10 i więcej zobowiązań) było w czerwcu 39,5 tys., o 5,5 tys. więcej niż na koniec ubiegłego roku.




**Często w mediach podnosi się temat kradzieży danych osobowych, które mogą zostać użyte do wyłudzenia kredytu. Czy rzeczywiście jest to poważny problem?**

Pomysłowość złodziei danych osobowych jest nieograniczona. Mogą podszyć się pod bank, firmę szukającą pracowników albo sklep internetowy. Niektórzy po prostu kradną portfele i torebki z dokumentami. Potwierdzeniem niemalejącej niestety skali przestępczości są dane z Policji. Dla przykładu, ilości przestępstw związanych z podrabianiem dokumentów utrzymuje się na zbliżonym poziomie: 27 178 w 2015 r., a 28 532 w roku 2016. Ponad 4745 przestępstw w 2016 r. stwierdzono w oparciu o art. 297§1 Kodeksu karnego, czyli kwalifikowanych jako wyłudzenie kredytu. BIK na bieżąco obserwuje te dane oraz przekazuje je, m.in. do raportu o Dokumentach Zastrzeżonych InfoDok, opracowywanego kwartalnie w ZBP.

Gdy uzmysłowimy sobie, że w trakcie II kwartału br. odnotowywano 18 prób wyłudzeń dziennie, oraz że łączna kwota prób wyłudzeń kredytów w II kwartale 2017 r. wyniosła ponad 114 mln zł, przy czym w I kw. próbowano wyłudzić kwotę 90 480 753 zł - wniosek nasuwa się sam.

Obecnie, kiedy szeroko rozumiane bezpieczeństwo jest ważkim tematem społecznym, podejmowanym w codziennych mediach, w prasie i telewizji, na portalach społecznościowych, aktywny udział instytucji finansowych w dialogu społecznym w tej dziedzinie jest szczególnie istotny. Można zaryzykować stwierdzenie, że obywatele kierując swoją uwagę na obszar ochrony danych czy bezpieczeństwa w cyberprzestrzeni są bardziej niż dotychczas gotowi na zdobywanie wiedzy w tym zakresie. BIK prowadzi szereg działań edukacyjnych dotyczących bezpieczeństwa finansowego zarówno na swojej stronie internetowej, jak i we współpracy z Komendą Główną Policji, kontynuując ogólnopolską akcję edukacyjną zarówno na stronie www.nieskradzione.pl, jak i we współpracy z urzędami miast, np. w Gdańsku, Poznaniu czy Krakowie, w 2016 r. – w Warszawie. Akcja porusza tematykę bezpieczeństwa ochrony danych na co dzień, m.in. możliwości zabezpieczenia się przed ich kradzieżą oraz o konieczności zastrzegania utraconego dowodu osobistego. BIK upowszechnia rolę działania prewencyjnego i potrzebę zachowania wykształcenia nawyku przezorności w zabezpieczaniu swojego dokumentu tożsamości. Mam tu na myśli Alert BIK – jedyne narzędzie na rynku, które pomaga zabezpieczać się przed wyłudzeniem kredytu na nasze dane. Alert informuje nas o fakcie pozyskania przez instytucję finansową raportu kredytowego, co jest konsekwencją złożenia przez klienta wniosku kredytowego. Jeśli klient jest w trakcie pozyskania nowego kredytu, wówczas Alert jest potwierdzeniem, że instytucja finansowa analizuje wniosek kredytowy klienta. Jeśli klient nie wnioskuje o nowy kredyt, wówczas Alert może świadczyć o próbie wyłudzenia kredytu na jego dane osobowe. Po raport kredytowy do BIK może się zwrócić każdy z banków działający na terenie Polski oraz największe firmy pożyczkowe. Alert zostanie wysłany do klienta w przypadku pobrania raportu kredytowego zarówno przez bank, jak i firmę pożyczkową. To jedyne w Polsce proaktywne narzędzie ochrony swoich kredytów, a pomimo tego wciąż niewiele osób z niego korzysta. Na 15 mln dorosłych Polaków na koniec 2016 r. tylko 76 tys. miało włączone Alerty BIK.

# Zarządzanie ryzykiem kredytowym – serce i siła napędowa firmy pożyczkowej

**Rynek firm pożyczkowych w Polsce zdominowany jest przez kapitał zagraniczny, gdzie często wyzwaniem jest pokonanie szczególnej specyfiki lokalnego rynku, nawet przez sprawdzone już w rodzimych krajach metody oraz know-how. Zdecydowanie można stwierdzić, że sektor bankowy zaczął zmieniać dotychczasowe długie i nieefektywne procesy w momencie, w którym pojawiła się w Polsce konkurencja ze strony firm sektora pożyczek poza-bankowych, które wabiły konsumentów nowymi technologiami oraz szybkimi i przyjaznymi procesami operacyjnymi. Wyzwania związane ze specyfiką lokalnego rynku pozostają jednak wciąż aktualne.**

W naszej ocenie kluczowym jest fakt, iż od samego początku bardzo duży nacisk kładziony jest na nieodpowiednie obszary. Zwykle, kiedy powstaje firma pożyczkowa, w pierwszej kolejności właściciel zwraca uwagę na szybkie zbudowanie jej operacyjnego funkcjonowania z wykorzystaniem już istniejących na rynku rozwiązań oraz technologii, próbując je dopasować do specyfiki sektora pożyczkowego w Polsce. Aby temu sprostać, w pierwszym kroku zakupuje od kilku dostawców różne komponenty procesu m.in.: systemy przeciwdziałania nadużyciom, silniki decyzyjne, podstawowe generyczne modele scoringowe, systemy operacyjne, itd. W drugim kroku, integruje różne komponenty i dopasowuje organizację do generycznych funkcjonalności zakupionych produktów informatycznych. Początkowo nie zwraca się niestety uwagi, na konieczność budowy kompetencji w obszarze zarządzania ryzykiem kredytowym oraz w obszarze analitycznym.

Obserwując rynek, widzimy jedną, przeważającą tendencję: organizacja próbuje dopasować model biznesowy do istniejących już rozwiązań. Trudno mówić, zatem o przełomowych innowacjach i budowie długotrwałej przewagi konkurencyjnej. W erze BIG DATA oraz ARTIFICIAL INTELLIGENCE, sposób, w jaki od samego początku firma buduje kompetencję analityczną, decyduje o tym czy osiągnie ona spektakularny sukces w dłuższej perspektywie czasu.

**Serhij Fuks**
Co - Founder AMA Institute

**Dr Karol Przanowski**
Co - Founder AMA Institute

**STRATEGIC ANALYTICAL CAPABILITY => 'SYSTEM 12-S'**

| | | |
|---|---|---|
| KLIENT | SELECTION | Pozytywna selekcja |
| | SATISFACTION | Wysoki poziom obsługi i satysfakcji |
| | SAFETY | Bezpiecznie dla klienta |
| ORGANIZACJA | STRATEGY | Strategia firmy |
| | SOUND | Satysfakcjonujący zwrot na zainwestowany kapitał |
| | SAVOIR-FAIRE | Wewnętrzne analityczne know-how |
| KONKURENCJA | SUPERIORITY | Przywództwo poprzez posiadaną wiedzę |
| | SUPERVISION | Efektywny monitoring procesów |
| | SUPPLENESS | Elastyczność i zmienność |
| PRODUKT | SPEED | Szybkość |
| | STRUCTURE | Efektywna struktura produktowa |
| | SALES | Dopasowane kanały sprzedaży do odpowiedniej struktury |

Źródło: AMA Institute

Zarządzanie ryzykiem kredytowym jest konieczne do budowania skutecznej strategii sprzedaży.

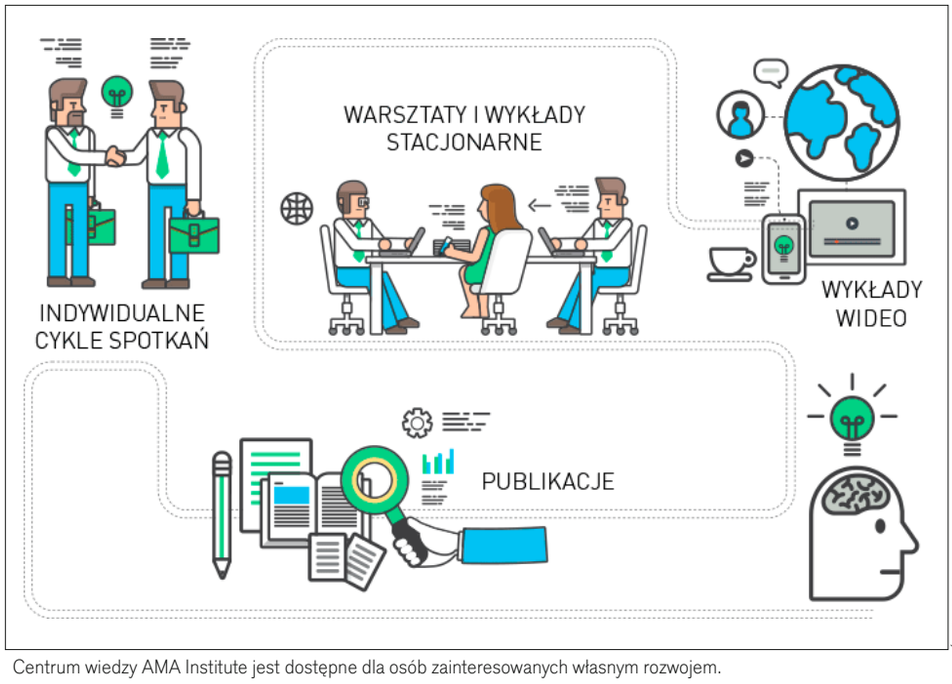
Generyczną strategię sukcesu, którą z pewnością przyjąłby każdy z właścicieli, można opisać w następujący sposób:

- zapewnić pozytywną selekcję klientów podczas procesu sprzedaży, (czyli wspierać akwizycję solidnych klientów a zniechęcać źle spłacających)
- zapewnić wysoki poziom obsługi i satysfakcji dla pozyskanych klientów, utrzymując rosnący trend wzrostu lojalnej docelowej grupy klientów
- wdrożyć politykę cenową wspierającą procesy akwizycji i sprzedaży
- zapewnić kadrę zarządzającą posiadającą unikalne know-how, którego nie skopiują konkurenci
- wdrożyć produkt, który buduje szybkość operacyjną organizacji
- zapewnić dynamiczne zmiany biznesowe i legislacyjne, które stworzą szanse dla rozwoju organizacji będąc jednocześnie barierą dla konkurencji.

Powyższe założenia możliwe są do osiągnięcia jedynie w przypadku inwestycji w obszar analityczny oraz zarządzania ryzykiem kredytowym. Powszechna, intuicyjna opinia, iż rola ryzyka kredytowego wiąże się z ograniczaniem sprzedaży nie jest dziś stwierdzeniem aktualnym, a taki stereotyp myślenia jest wręcz niebezpieczny.

Zarządzanie ryzykiem kredytowym powinno stać się podstawą do budowy strategii sprzedaży oraz budowy długotrwałej przewagi konkurencyjnej. Przedstawiony obok „System 12-S" podsumowuje podejście strategiczne z założeniem poczynionej inwestycji w rozwój obszaru analitycznego.

Mówiąc językiem fachowym, obszar analityczny i ryzyka kredytowego musi obejmować budowę i monitoring kart scoringowych, modeli predykcyjnych, modelu LGD (loss-given-default), modelu zarządzania ceną i rentownością, w tym oceny nie tylko ryzyka klienta (w oparciu o PD – probability of default), ale również ryzyka transakcji (model COR – cost-of-risk) oraz wyznaczania limitu transakcji i całkowitego zaangażowania. Organizacja musi zostać wyposażona w automatyczne narzędzia raportowe, pozwalające na szybki monitoring i wdrażanie zmian. Wszystkie te elementy budują unikalny zestaw narzędzi i kompetencji, które zapewnią długotrwały wzrost finansowy i satysfakcję klientów.




Źródło: AMA Institute

Centrum wiedzy AMA Institute jest dostępne dla osób zainteresowanych własnym rozwojem.

## „System 12-S"

- SELECTION
Określ w sposób analityczny pożądaną i docelową grupę klientów. Polityka ryzyka oraz polityka cenowa powinny zapewnić modelowy rozkład akwizycji.

- SATISFACTION
Zaplanuj procesy operacyjne oraz obsługi klienta, które są bardziej przyjazne dla grupy docelowej i odpowiednio mniej dla grup, których nie chcemy w naszym portfelu.

- SAFETY
Wybierz model analityczny, który zapewni, że transakcja, której dokonuje z nami klient (kwota pożyczki, cena, okres) są dobrane w sposób zapewniający wywiązanie się klienta ze zobowiązania.

- STRATEGY
Modeluj od samego początku grupy docelowe, politykę cenową, rozkład sprzedaży dla odpowiednich kanałów dotarcia.

- SOUND
Zaplanuj osiągnięcie zakładanych zwrotów na inwestycji zależnych od analitycznego planowania strategii i jej bezwzględnej operacjonalizacji oraz monitoringu.

- SAVOIR-FAIRE
Zapewnij bieżącą wiedzę analityczną i odpowiedni know-how – sprawią, że wykorzystywane narzędzia dadzą stałą przewagę konkurencyjną.

- PERIORITY
Zbuduj przywództwo rynkowe poprzez procesy biznesowe, które w prosty sposób odzwierciedlą stosowane skomplikowane metody analityczne.

- SUPERVISION
Zbuduj analitykę i automatyczne procesy monitorujące - stworzą niezbędny fundament do skutecznego kontrolowania bieżącej sytuacji biznesowej.

- SUPPLENESS
Zaplanuj w sposób spójny procesy operacyjne oraz systemy IT z wykorzystaniem analityki - pozwolą szybko i dynamicznie reagować na zmiany rynkowe.

- SPEED
Zapewnij elastyczność organizacji budując szybkość kreowania polityki produktowej oraz wdrażania niezbędnych zmian w systemach IT.

- STRUCTURE
Upewnij się, że osiągasz modelowy rozkład struktury klientów tworząc subtelną unikalność rynkową.

- SALES
Zaplanuj skuteczną strategię dotarcia do odpowiednich grup docelowych z wykorzystaniem reguł polityki ryzyka i polityki produktu, które zapewnią dopasowanie do kluczowych wskaźników.

# Stabilność finansowa, czyli Mintos

**Mintos w języku staroangielskim oznacza miejsce produkcji monet z metalu, dużą ilość pieniędzy, innowację lub miejsce lub źródło produkcji. Ten fintech łączy inwestorów z klientami pozabankowych firm pożyczkowych z całego świata. Zapraszamy na wywiad z CEO Mintosa - Martinsem Sulte.**

**W jaki sposób firma Mintos postrzegana jest na Łotwie oraz na świecie? Czy ma dużą konkurencję?**
**Martins Sulte:** Jako platforma pożyczkowa, Mintos posiada unikalny model biznesowy i obecnie nie zauważamy dużej bezpośredniej konkurencji. Oczywiście zabiegamy o inwestorów posiadających zwykłe platformy pożyczek społecznościowych, jednak nasza oferta jest o wiele bardziej zaawansowana. Mintos posiada obecnie 27 pierwotnych pożyczkodawców, którzy oferują swoje pożyczki na cele inwestycyjne, zatem inwestowanie poprzez Mintos to jak inwestowanie za pomocą 27 zwykłych platform, jednak bardziej wydajne i umożliwiające niebywałą dywersyfikację. Zgodnie z danymi AltFi, Mintos aktualnie jest liderem w Europie kontynentalnej pod kątem kwoty zainwestowanej za pośrednictwem platformy. Inwestorzy Mintos zainwestowali ponad 400 milionów euro. Jesteśmy przekonani, że nasz sukces jest widoczny na skalę światową jak i lokalną. Zdobyliśmy wiele nagród w naszej branży i w dalszym ciągu jesteśmy nagradzani. Niedawno zostaliśmy uznani za jedną z czołowych marek start-upowych na Łotwie oraz otrzymaliśmy tytuł jednej z dziesięciu czołowych gwiazd eksportowych Rising Export Stars na Łotwie.

**Czy wasza działalność inwestycyjna w zakresie reklamy powinna być regulowana? Jeśli tak – na jakim poziomie?**
Zdecydowanie dostrzegamy wartość w inteligentnych regulacjach opierających się na ryzyku, i uważamy, że będzie to korzystne zarówno dla branży jak i inwestorów. Wszyscy pierwotni pożyczkodawcy obecni na platformie Mintos posiadają licencje i działają w ramach przepisów obowiązujących na odpowiednich rynkach. Mintos prowadzi działalność zgodnie z przepisami obowiązującymi na Łotwie. Ułatwienie nabywania i sprzedaży praw do roszczeń na Łotwie nie jest na tę chwilę uregulowane w szczególny sposób; wkrótce jednak się to zmieni. Minister Finansów na Łotwie pracuje obecnie nad nowymi ramami regulacyjnymi, i cieszymy się, że możemy być w znacznym stopniu zaangażowani w ten proces. Będzie on również uwzględniał wymagania dotyczące działalności reklamowej. Ogólnie rzecz biorąc, wierzymy, że w pierwszej kolejności powinno nastąpić uregulowanie działalności gospodarczej, a następnie firmy, które są w stanie te wymagania spełnić, powinny zyskać możliwość publicznego reklamowania. Reklamy masowe powinny wiązać się z ujawnieniem ryzyka, ponieważ inwestycja w pożyczki niesie za sobą pewne ryzyko. Standardy tego typu są już stosowane w branży pożyczkowej, gdzie pożyczkobiorcy są zachęcani do działania w sposób odpowiedzialny. Już teraz przykładamy dużą uwagę do kwestii edukowania naszych inwestorów, ponieważ dostrzegamy w tym ogromną wartość.

**Czy uważa Pan, że ludzie często nie rozumieją waszego modelu działalności?**
Tak, dosyć często zdarza się, że ludzie na początku nie do końca rozumieją modelu naszej działalności. Ponieważ działamy w branży P2P często jesteśmy myleni z firmami branży P2P udzielającymi pożyczek. W Mintos nie udzielamy jednak pożyczek – jesteśmy platformą, w której inwestorzy handlu detalicznego mogą zainwestować w pożyczki pochodzące od pierwotnych pożyczkodawców z całego świata. Zasadniczo łączymy pierwotnych pożyczkodawców z inwestorami w jednym miejscu. Zauważamy, że ludzie często są bardzo pozytywnie zaskoczeni w momencie, w którym zaczynają rozumieć czym tak naprawdę się zajmujemy.

**Martins Sulte**
CEO & Co-Funder Mintos

**Posiadacie dużą konkurencję na rynku. Wiele firm pragnie skopiować wasz model, co niesie ryzyko pojawienia się czarnej owcy. To z kolei może doprowadzić do zepsucia waszej reputacji. W jaki sposób będziecie się przed tym bronić?**
Najlepsze, co możemy zrobić, to praca w najlepszym interesie naszych inwestorów oraz budowanie naszej reputacji na rzeczywistych wynikach, co stanowi najlepszy i najbardziej stabilny element składowy dla tego celu. W Mintos poważnie podchodzimy do ochrony inwestora i wypracowaliśmy kilka warstw minimalizacji ryzyka. Działamy już prawie trzy lata i w dalszym ciągu budujemy naszą działalność mając na uwadze perspektywę długoterminową.

**Jaka jest rola Mintos wśród instytucji pożyczkowych? Na jakim etapie rozwoju instytucje pożyczkowe powinny rozpocząć współpracę z waszą platformą? Czy jest to lepsze rozwiązanie dla nowych firm pożyczkowych czy**

**dla firm posiadających dojrzałe portfolio kredytowe?**
Dla instytucji pożyczkowych, Mintos stanowi źródło elastycznego finansowania udzielanych przez nich pożyczek, co ułatwia wzrost i rozwój. Nasza platforma jest korzystna dla tego rodzaju firm na każdym etapie ich rozwoju. Dla pierwotnych pożyczkodawców ważne jednak jest posiadanie finansowej stabilności, aby mogli oni świadczyć usługi pożyczkowe. Oznacza to pobieranie płatności od pożyczkobiorców i przekazywanie ich inwestorom. Mimo, że inwestorzy inwestują w pożyczki, a nie same firmy pożyczkowe, stabilność finansowa firm oferujących pożyczki jest niezbędna do uczynienia procesu udzielania pożyczek bardziej płynnym.

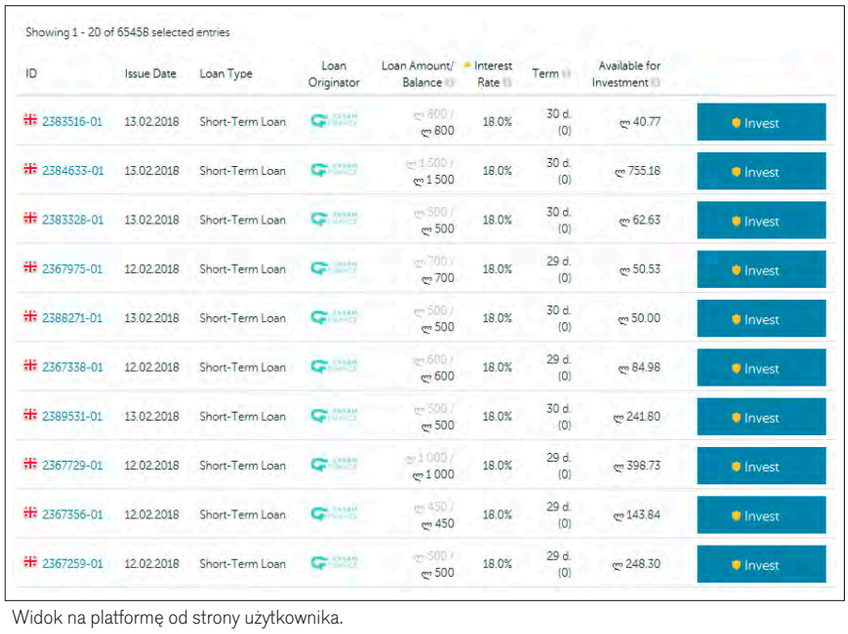
**Wielu waszych inwestorów posiada portfolio powiązane z rynkiem kapitałowym. Czy nie obawiacie się, że wasz model ucierpi podczas bessy?**
Inwestycje dłużne są zazwyczaj mniej ryzykowne i bardziej stabilne w porównaniu do inwestycji kapitałowych. Obejmuje to inwestycje takie jak obligacje i hipoteki oraz określa stałe płatności, w tym odsetki, na rzecz inwestora. Patrząc na przeszłe zdarzenia, rynki obligacji i hipotek odnotowują mniejszą ilość zmian cen. Występuje również łagodzenie ryzyka dla inwestycji dłużnych. Przykładowo, jeśli firma zostanie zlikwidowana, obligatariusze otrzymają zapłatę jako pierwsi. Z drugiej strony, inwestycje hipoteczne są zabezpieczone nieruchomościami. Ponadto, platforma Mintos posiada wiele możliwości dywersyfikacji w zakresie różnych krajów, rodzajów pożyczek, poziomów ryzyka oraz walut, co pomaga w zarządzaniu ryzykiem.

**Polska prasa wyraziła w ostatnim czasie wątpliwości odnośnie waszej firmy. Według przedstawicieli prasy, rodzaj waszej działalności powinien być nadzorowany przez Komisję Nadzoru Finansowego. W jaki sposób sobie z tym poradzicie?**
Przed wkroczeniem na nowy rynek, zawsze w pierwszej kolejności dokonujemy oceny ram prawnych danego kraju i przystępujemy do czynności tylko wtedy, gdy jesteśmy pewni, że jesteśmy w stanie zapewnić zgodność z istniejącymi przepisami. Obecnie posiadamy na platformie Mintos siedmioro pierwotnych pożyczkodawców z Polski. Wraz ze wszystkimi pierwotnymi pożyczkodawcami zaczerpnęliśmy porad prawnych od najwybitniejszych kancelarii prawnych w kraju, aby upewnić się, że model naszej działalności jest zgodny z właściwymi przepisami. Jesteśmy również bardzo czujni w sprawach dotyczących zgodności z przepisami przeciwdziałania praniu pieniędzy (AML), a zatem akceptujemy fundusze inwestorów, które są przekazywane z kont bankowych krajów należących do Europejskiego Obszaru Gospodarczego lub krajów o uznanej międzynarodowej polityce AML takich jak Australia, Brazylia, Republika Południowej Afryki, Hongkong, Indie, Japonia, Kanada, Korea Południowa, Meksyk, Singapur oraz Szwajcaria.

**Stanowicie jedną z najszybciej rozwijających się firm z dziedziny FinTech w tej części Europy. Jakiej rady udzieliłby Pan młodym przedsiębiorcom?**
Rozpoczęcie własnej działalności start-up jest bardzo trudne, dlatego sugeruję w pierwszej kolejności zdobyć doświadczenie w firmie typu start-up, która posiada już pewne doświadczenie, najlepiej takiej, która jest dobrze finansowana. W firmach o wyrobionej renomie produkt, który sprzedajemy jest już znany, wiemy też kto stanowi grupę klientów oraz posiadamy rozeznanie w środowisku konkurencji. W przypadku startupów występuje jednak wiele niewiadomych – czasami możemy nawet nie wiedzieć jaki produkt sprzedajemy oraz kto stanowi grupę docelową. Dlatego sugeruję w pierwszej kolejności zdobyć rzeczywiste doświadczenie w środowisku startupów przed uruchomieniem własnej działalności start-up.

**Czy może Pan opowiedzieć nam o kulturze swojej firmy? Ile osób zatrudniacie? Czy może Pan też opisać, jakie macie wymagania wobec pracowników?**
Nasza kultura pracy opiera się na trzech głównych wartościach: innowacji, przejrzystości i rozwoju. Staramy się uwzględnić te wartości we wszystkich aspektach naszej pracy. Kiedy poszukujemy nowych pracowników, skupiamy się na kandydatach, którzy pasjonują się tym, co robią, mają innowacyjne podejście i myślą przyszłościowo. Są to niezbędne cechy dla Mintos, ponieważ chcemy w dalszym ciągu rozwijać się we właściwym kierunku. Obecnie zatrudniamy 35 osób w naszej siedzibie w Rydze i mamy kilku pracowników w naszych przedstawicielstwach w Polsce i Meksyku.

**Jaka jest Pana opinia na temat cyberprzestępczości? W jaki sposób sobie z tym radzicie?**
Jesteśmy firmą FinTech, zatem technologia stanowi istotną część naszych usług. Bezpieczeństwo systemu jest istotną częścią platformy Mintos, a rozwijając naszą platformę, robimy wszystko, aby spełnić najwyższe standardy bezpieczeństwa.


Showing 1 - 20 of 65458 selected entries

| ID | Issue Date | Loan Type | Loan Originator | Loan Amount/ Balance | Interest Rate | Term | Available for Investment | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2383516-01 | 13.02.2018 | Short-Term Loan | | 800 / 800 | 18.0% | 30 d. (0) | 40.77 | Invest |
| 2384633-01 | 13.02.2018 | Short-Term Loan | | 1 500 / 1 500 | 18.0% | 30 d. (0) | 755.18 | Invest |
| 2383328-01 | 13.02.2018 | Short-Term Loan | | 500 / 500 | 18.0% | 30 d. (0) | 62.63 | Invest |
| 2367975-01 | 12.02.2018 | Short-Term Loan | | 700 / 700 | 18.0% | 29 d. (0) | 50.53 | Invest |
| 2388271-01 | 13.02.2018 | Short-Term Loan | | 500 / 500 | 18.0% | 30 d. (0) | 50.00 | Invest |
| 2367338-01 | 12.02.2018 | Short-Term Loan | | 600 / 600 | 18.0% | 29 d. (0) | 84.98 | Invest |
| 2389531-01 | 13.02.2018 | Short-Term Loan | | 500 / 500 | 18.0% | 30 d. (0) | 241.80 | Invest |
| 2367729-01 | 12.02.2018 | Short-Term Loan | | 1 000 / 1 000 | 18.0% | 29 d. (0) | 398.73 | Invest |
| 2367356-01 | 12.02.2018 | Short-Term Loan | | 450 / 450 | 18.0% | 29 d. (0) | 143.84 | Invest |
| 2367259-01 | 12.02.2018 | Short-Term Loan | | 500 / 500 | 18.0% | 29 d. (0) | 248.30 | Invest |

Źródło: Mintos - platforma p2p do inwestowania w pożyczki pozabankowe

Widok na platformę od strony użytkownika.

# Egzamin dojrzałości zaliczony

**Sektor pozabankowego kredytu konsumenckiego przebył długą drogę. W ciągu ostatnich 5 lat branża została kompleksowo i mądrze uregulowana. Olbrzymia w tym zasługa samych instytucji pożyczkowych, które 5 lat temu zrozumiały, że bez samoregulacji, współpracy i zwiększenia ochrony konsumenta, nie można mówić o rozwoju w długim okresie. Bez tych zmian, które się dokonały, nie byłoby również mowy o budowaniu nowoczesnego digital lendingu, będącego jednym z fundamentów rozwijającego się sektora fintech.**

Dzięki ciężkiej pracy wizjonerów rynku, dzisiaj branża cieszy się rosnącą reputacją i zaufaniem, klientów przybywa, a groźne bywają tylko absurdalne pomysły. Mark Twain mawiał, że zawsze należy być uczciwym. Co prawda zyskuje się uznanie nielicznych, ale za to zadziwia całą resztę. W 2013 roku branża podjęła ważną decyzję – powołany został Polski Związek Instytucji Pożyczkowych, który miał być wspólnym głosem uczciwych i dojrzałych firm pożyczkowych, konkurujących ze sobą zadowoleniem klienta i nowoczesnymi technologiami. Wiele rzeczy przychodziło z trudem i trzeba napisać wprost, że bez solidarności i wzajemnego zaufania nigdy nie udałoby nam się osiągnąć nawet połowy postawionych sobie celów.

Dzisiaj firmy pożyczkowe to instytucje, które muszą spełnić szereg wymogów regulacyjno-prawnych. Od konieczności posiadania minimalnego kapitału zakładowego w kwocie 200 tys. zł w całości pokrytego ze środków pieniężnych, poprzez niekaralność członków zarządów, aż po regulacje dotyczące reklamy kredytu konsumenckiego i konieczność uzyskania wpisu do Rejestru Instytucji Pożyczkowych przy Komisji Nadzoru Finansowego. Wymienienie wszystkich wymogów prawnych stawianych przed instytucjami pożyczkowymi zajęłoby więcej miejsca niż przewidziano na ten artykuł. Proces regulacji, tworzenia prawa i dyskursu publicznego szeroko opisywaliśmy na kartach Promertium (wszystkie numery dostępne są za darmo w wersji elektronicznej na stronie Promeritum.online).

Instytucje pożyczkowe świadomie poparły zmiany wyłączające je z możliwości udzielania kredytów hipotecznych, jak również popierały liberalizację przepisów dotyczących upadłości konsumenckiej. Związek Firm Pożyczkowych, a obecnie Polski Związek Instytucji Pożyczkowych, nigdy nie „stawiał na zysk za wszelką cenę". Działania zmierzające do zwiększenia ochrony konsumentów, które bezpośrednio i pośrednio poprawiają ich sytuację na rynku to najlepszy sposób na to, by budować trwałe relacje, które procentują. Podmioty, które tego nie rozumiały, dzisiaj znikają z rynku. Trudno o lepsze potwierdzenie tego, że podjęte działania były słuszne.

Źródło: Pixabay

**Jarosław Ryba**
Prezes zarządu
Polskiego Związku Instytucji Pożyczkowych

Nie jest tajemnicą, że dynamika rozwoju rynku wyhamowuje. Jest to skutek wielu czynników, które mają przechodni i łączny charakter. Instytucje pożyczkowe zmieniają ofertę produktową dostosowując ją do bardziej wymagającego klienta, którego pozyskanie jest coraz trudniejsze. Inwestycje w nowoczesne technologie, poszukiwanie fintechowych rozwiązań, employer branding - to nie są puste slogany, ale realne działania podejmowane przez Członków Związku. Następnych 5 lat będzie trudniejsze. Przed nami kolejne wyzwania wymagające dyscypliny. Znaleźliśmy się w momencie przełomowym i chociaż wydaje się to banalne, to jednak decyzje, które podejmiemy dzisiaj zaważą na przyszłości. Aleksander Dumas dzielił dobrą sztukę na trzy akty. My dopiero kończymy pierwszy.dzielił dobrą sztukę na trzy akty. My dopiero kończymy pierwszy.

# Co powinny zrobić ofiary kradzieży tożsamości?

**Ofiary kradzieży tożsamości zwykle dowiadują się o zaciągniętych na ich dane kredytach po wielu miesiącach od zdarzenia. Konsumenci to nie jedyni poszkodowani. Ostatecznie zwykle koszty kradzieży ponosi instytucja pożyczkowa. Firmy to wiedzą, dlatego rozwijają systemy antyfraudowe. Co należy zrobić, by nie pomagać oszustom oraz jakie podjąć działania, gdy jednak padliśmy ofiarą kradzieży tożsamości?**

**Polski Związek Instytucji Pożyczkowych**

Internetowe instytucje pożyczkowe nie udzielają pożyczek tylko "na dowód". Do otrzymania pożyczki potrzebne jest posiadanie rachunku bankowego za pomocą, którego klient weryfikuje swoją tożsamość poprzez przesłanie przelewu 1-groszowego. Dane zawarte w dowodzie muszą się zgadzać z danymi adresata tego przelewu i to dopiero na ten rachunek, po pozytywnej ocenie wniosku kredytowego, przelewana jest kwota kredytu. Oznacza to, że do wyłudzenia pożyczki w instytucji pożyczkowej działającej online w pierwszej kolejności konieczne jest uzyskanie dostępu do rachunku bankowego ofiary, lub założenie rachunku bankowego przy użyciu skradzionych danych. Bez dostępu do rachunku, praktycznie nie ma możliwości wyłudzenia kredytu na dowód w internetowej instytucji pożyczkowej. Innymi słowy, do wyłudzeń często dochodzi ze względu na nieszczelność procedur bankowych.

Każda firma posiada dział antyfraudowy, który na etapie otrzymania wniosku o pożyczkę, stara się zidentyfikować ewentualną próbę wyłudzenia. Według szacunków udaje się obecnie udaremnić 19 na 20 prób wyłudzenia. Wiele procesów dzieje się automatycznie, inne wspierane są przez pracę analityków. Niestety, w przypadku pełnej kradzieży tożsamości, gdy fraudster (złodziej) posiada komplet danych i swobodny dostęp do konta bankowego ofiary, która dodatkowo nie jest świadoma, że na jej dane rozpoczęto składanie wniosków, wykrycie próby oszustwa jest bardzo trudne. Dzisiaj dysponujemy narzędziami, których nie było jeszcze kilka lat temu, jak na przykład podgląd on-line na liczbę zapytań o pożyczki w różnych firmach po numerze PESEL (dzięki bazie creditcheck), to jednak zanim system wykryje anomalię, pierwsze kilka prób wyłudzeń może zakończyć się skutecznie.

Źródło: Pixabay

Niewiele osób zdaje sobie sprawę, że procederu wyłudzeń pożyczek i kredytów dokonują wyspecjalizowane grupy przestępcze, które inwestują w nowoczesne narzędzia i nowe sposoby kradzieży tożsamości. Jest to element przestępczości zorganizowanej, która bardzo często ma zasięg międzynarodowy. Nawet pomimo posiadania procedur i ponoszenia wysokich nakładów na zabezpieczenia, banki i instytucje pożyczkowe nie zawsze są w stanie zapobiec wyłudzeniu, zwłaszcza jeżeli ofiara udostępniła wcześniej (świadomie lub nie) wszystkie swoje dane, w tym dostęp do rachunku bankowego i numeru telefonu, a często nawet to skrzynki pocztowej. Jak zwykle w tego typu przypadkach najsłabszym elementem systemu okazuje się człowiek i bez upowszechniania wiedzy o zasadach bezpiecznego korzystania z systemów teleinformatycznych oraz bankowości elektronicznej, nie uda się całkowicie problemu wyeliminować.

O tym że doszło do wyłudzenia, instytucja pożyczkowa dowiaduje się później niż poszkodowany, czyli w chwili gdy osoba wobec której toczy się niezasadne postępowanie windykacyjne lub egzekucyjne kontaktuje się z wierzycielem (instytucją pożyczkową lub kancelarią, która ją reprezentuje) z informacją, że nigdy nie zaciągała u nich kredytu. Co zrozumiałe, zwykle towarzyszy temu wiele emocji i oskarżenia kierowane do instytucji pożyczkowej o to, że nie dochowała procedur oraz nie chce automatycznie

umorzyć wyłudzonego kredytu. Poszkodowana jest również sama instytucja pożyczkowa, bo jeśli rzeczywiście doszło do wyłudzenia danych, to ona finalnie poniesie koszt utraconej pożyczki. Instytucja pożyczkowa nie może automatycznie umorzyć potencjalnie "lewego kredytu" tylko na podstawie jednostronnego zgłoszenia fraudu. Powodem są przepisy prawa, ale też przypadki, gdy nierzetelni pożyczkobiorcy powołują się na kradzież tożsamości, aby uniknąć konieczności spłaty zobowiązania. Na etapie zgłoszenia trudno ocenić z jakiego typu sytuacją mamy miejsce, dlatego konieczne jest przejście całej, niestety często przykrej i czasochłonnej procedury prawnej. Jednakże, co warte podkreślenia, prawo stoi po stronie konsumenta i z obserwowanej przez nas praktyki wynika, że instytucje pożyczkowe lub wierzyciele wtórni, jako profesjonalne strony transakcji, finalnie biorą na siebie koszty pokrycia fraudów i nie dochodzi do sytuacji, że ofiara kradzieży tożsamości musi spłacać „nieswoje" zobowiązania.

Związek Instytucji Pożyczkowych dla osób, które padły ofiarami tego typu przestępstw, uruchomił bezpłatną infolinię informacyjną pod nr 800 706 813, a kierując zapytania pod adresem *prawnik@pzip.pl* ofiary mogą liczyć na bezpłatną pomoc prawną. Ponieważ w latach ubiegłych otrzymywaliśmy od konsumentów wiele próśb o powiadomienie zrzeszonych instytucji pożyczkowych o fakcie kradzieży tożsamości, a z drugiej strony ze względu na przepisy ustawy o ochronie danych osobowych, nie mogliśmy przetwarzać tych zgłoszeń bez ich jednoznacznego potwierdzenia, poszukiwaliśmy wyspecjalizowanego partnera, który stworzy odpowiednie rozwiązanie. W efekcie współpracy z firmą CRIF powstał system Bezpieczny PESEL, który umożliwia "zastrzeżenie" danych w sektorze pozabankowym (obejmuje on wiodące firmy pożyczkowe. Systematycznie dołączają też kolejne firmy). To co różni to rozwiązanie od innych podobnych, to fakt, że jest ono całkowicie bezpłatne dla konsumenta i instytucji pożyczkowych i nigdy nie ulegnie to zmianie.

W sytuacji, gdy osoba fizyczna dowiaduje się, że na jej dane została udzielona pożyczka, której nie otrzymała rekomendujemy:

**1)** Skontaktowanie się z wierzycielem (i/lub kancelarią lub firmą windykacyjną, która prowadzi sprawę) i poinformowanie o zaistnieniu fraudu (wyłudzenia/oszustwa). Należy dopilnować, aby powiadomić obecnego właściciela roszczenia, ponieważ w między czasie mogło dojść do jego sprzedaży np. do firmy windykacyjnej (wtedy firma pożyczkowa nie jest już stroną). Zgłoszeń warto dokonać drogą telefoniczną, aby zareagować maksymalnie szybko. Ponadto wysłać maila, a także pisemne zgłoszenie tradycyjną pocztą z potwierdzeniem odbioru. Potwierdzenie należy zarchiwizować.

**2) Skontaktowanie** z prawnikiem, który udzieli profesjonalnej porady prawnej, adekwatnej do etapu postępowania oraz dopilnuje, aby sprzeciwy i odpowiednie wniosku dowodowe, były wnoszone terminowo i bez błędów formalnych. Po zakończeniu postępowania prawnik może doradzić dochodzenie odszkodowania w osobnym procesie, na cele pokrycia kosztów obrony przed niezasadnym roszczeniem.

**3)** Jeżeli doszło do wyłudzenia danych i zaciągnięcia na ich podstawie pożyczki, mamy do czynienia z przestępstwem, które jak każde, niezwłocznie należy zgłosić na policję. Policja nie ma prawa odmówić przyjęcia zgłoszenia o możliwości popełniania przestępstwa. Jeżeli tak się stanie, ofiara powinna napisać zażalenie oraz skontaktować się z prawnikiem. Potwierdzenie przyjęcia zgłoszenia trzeba zarchiwizować, a kopię przesłać do wierzyciela.

**4)** Udać się do dowolnego banku i poprosić o zastrzeżenie dowodu osobistego w systemie "Dokumenty Zastrzeżone".

**5)** W banku należy złożyć wniosek o dostęp do centralnej informacji o wszystkich rachunkach bankowych w innych bankach otwartych na nasze dane (więcej na ten temat: https://www.centralna-informacja.pl )

**6)** Jeżeli zidentyfikujemy rachunki bankowe, o których istnieniu nie wiedzieliśmy lub takie, do których dostęp miały nieautoryzowane osoby trzecie, należy na podstawie historii rachunku sprawdzić czy nie wykorzystano ich do wyłudzenia kredytów. Jeżeli tak, ofiara powinna natychmiast skontaktować się z wierzycielami z informacją o fraudzie.

**7)** Należy udać się do urzędu miasta i złożyć wniosek o unieważnienie dowodu osobistego oraz wydanie nowego.

**8)** Należy rozważyć pobranie raportu BIK oraz założenie konta w usłudze BIK Alert, pobranie raportu z BIG Infomonitor oraz z KRD, a także skorzystanie z systemu chronpesel.pl (usługi mogą być dodatkowo płatne), co może dać dodatkowe informacje o próbach zaciągnięcia pożyczek na skradzione dane.

**9)** Należy rozważyć zastrzeżenie danych w systemie bezpiecznypesel.pl co ograniczy możliwość dalszych wyłudzeń w instytucjach pożyczkowych, korzystających z tego systemu (usługa bezpłatna. Dane i zastrzeżenie można wycofać w dowolnym momencie).

**10)** Po uzyskaniu informacji o wszystkich próbach wyłudzeń i udzielonych pożyczkach, należy skontaktować się z wierzycielami, zamknąć "lewe" konta bankowe oraz uzupełnić wniosek o podejrzeniu popełnienia przestępstwa.

**11)** Jeżeli dojdzie do rozprawy lub sprawa jest na etapie komornika, dążyć do wniesienia sprzeciwu od egzekucji oraz podnieść w sądzie zarzut o nienależnym świadczeniu w związku z niezawarciem umowy, wobec czego na pozywającym spoczywa obowiązek udowodnienia zawarcia umowy oraz tego, że jej strona jest beneficjentem pożyczki. Gdy nie ma na to jednoznacznych dowodów, to sąd powinien przychylić do wniosku ofiary.

**12)** Dodatkowo zalecamy zmianę haseł do wszystkich istotnych serwisów i poczty oraz przeprowadzenie skanów antywirusowych na wszystkich urządzeniach, z których korzystał poszkodowany.

promeritum
MAGAZYN KREDYTU KONSUMENCKIEGO

**PROMERITUM**
ISSN 2449-6464

**Redaktor Naczelny:**
Łukasz Piechowiak
e-mail: lukasz.piechowiak@pzip.pl
tel. 693 347 520

Redakcja zastrzega sobie prawo do redagowania i skracania tekstów..
Redakcja nie odpowiada za treść reklam.
**Nakład:** 1000 egz.

**Reklama:** Beata Antos
e-mail: beata.antos@pzip.pl
tel. 660 486 566

**Skład:** Piotr Wądołkowski
e-mail: surabai@gmail.com
tel. 601 446 299

**Wydawca:**
European Fintech Forum sp. z.o.o
ul. Wiejska 12
00-0490 Warszawa

# ZAUFANIE PROCENTUJE

POLSKI ZWIĄZEK INSTYTUCJI POŻYCZKOWYCH

PZIP jest Organizacją Pracodawców zrzeszającą liderów rynku pożyczek elektronicznych. To niezależny, samorządny i demokratyczny związek, w skład którego wchodzą wyłącznie przedsiębiorstwa o najlepszej reputacji, stosujące zasady odpowiedzialnego pożyczania w praktyce. Dążymy do tego, aby wartości te stały się standardem na całym rynku.

---

**PROJEKTY**

Nasze obszary to: public affairs, media i PR, CSR, events, consulting

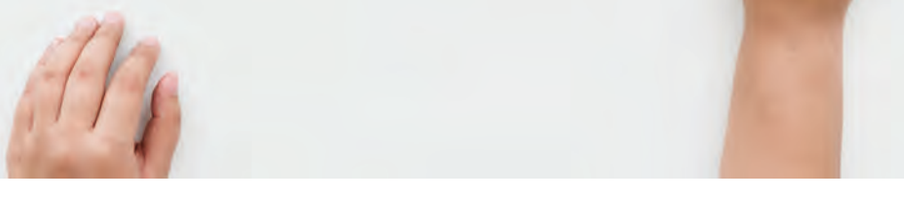
**CZŁONKOWIE**

+40 serwisów pożyczkowych, 85% pożyczek w FinTech

**MISJA**

Samoregulacja przez wyznaczanie wysokich standardów

Magazyn Promeritum skończył trzy lata. W tym czasie opublikowaliśmy setki artykułów, dziesiątki komentarzy i analiz. Promeritum jest opiniotwórcze. Byliśmy cytowani przez największe media i wskazywani jako źródło informacji w uzasadnieniach projektów ustaw. Wszystko to dzięki społeczności Czytelników i branży kredytu konsumenckiego, która dostarcza ekspercką wiedzę i z nami tworzy Magazyn. Dziękujemy za to wsparcie. W 2018 r. przygotowaliśmy dla Państwa portal, który obok papierowego wydania, będzie kontynuował misję medium dla profesjonalistów rynku kredytu konsumenckiego i fintech consumer finance. Spotkajmy się na www.promeritum.online!

Jarosław Ryba, wydawca

promeritum.online