

Interpelacja
Łukasz Wantuch
Radny Miasta Krakowa

Szanowny Panie Prezydencie

Od dłuższego czasu coraz większą uciążliwością dla odwiedzających Kraków turystów, a także w nieco mniejszym stopniu dla mieszkańców Krakowa jest działalność nierzetelnych kantorów wymiany walut usiłujących wywołać u klientów mylne przeświadczenie, że reklamowany przez nich na rzucających się w oczy tablicach kurs sprzedaży waluty jest kursem kupna. Rzeczywisty kurs kupna stosowany przez takie kantory jest tymczasem niższy od średniego kursu rynkowego o ok. 20-30%. Klient padający ofiarą pomyłki traci średnio 20-30% wymienianej kwoty.

I. Opis problemu

Od dłuższego czasu coraz więcej przedsiębiorców prowadzących kantory wymiany walut stosuje model biznesowy polegający na wykorzystywaniu roztargnienia albo nieświadomości klientów (głównie zagranicznych turystów) i stosowaniu skrajnie niekorzystnych kursów kupna walut obcych, niższych o ok. 20-30% od kursu średniego, podczas gdy w rzetelnych kantorach spread przy najważniejszych walutach (USD, EUR, GBP) wynosi ok. 1 - 3%, a niekiedy nawet ok. 0,5%. Samo stosowanie niekorzystnych dla klientów kursów mieści się w granicach swobody kontraktowej, działalność ta opiera się jednak na nieetycznych praktykach mających na celu wywołanie u klienta błędnego przekonania, że dokonuje transakcji po korzystnym kursie.

Najczęstszą praktyką są rzucające się w oczy pozorne „promocje” z podawaniem tylko jednego kursu danej waluty z napisem „today we sell” itp., w celu wywołania mylnego wrażenia, że jest to kurs kupna, podczas gdy jest to kurs sprzedaży. Często łączy się to z umieszczaniem właściwych tablic z kursami kupna i sprzedaży walut w trudno widocznym miejscu, znacznie mniej dostępnym od reklamy z kursem sprzedaży. W przypadku kantorów stosujących ekrany z kursami często dziwnym trafem ekrany te doznają awarii późnym wieczorem albo w nocy, a jedynym źródłem informacji o stosowanych kursach pozostaje tablica z „promocyjnym” kursem sprzedaży.

Po zorientowaniu się, że faktyczny kurs kupna jest znacznie niższy od podanego na reklamie, oszukany klient słyszy, że anulowanie transakcji i zwrot pieniędzy jest niemożliwy. Policja odmawia interwencji, kierując się założeniem, że właściciel kantoru może dowolnie ustalać stosowane przez siebie kursy.

Inną, nieco mniej niebezpieczną praktyką, jest umieszczanie w kursie kupna zera, tak aby wywołać u nieuwważnych klientów wrażenie, że kurs jest wyższy. Przykładowo kantor określa kurs USD jako 3,071 PLN zamiast 3,71.

Taki model biznesowy jest trudny do zwalczenia, gdyż jednostkowy zysk osiągany na każdym oszukanym kliencie jest na tyle wysoki, że właścicielowi kantoru takie praktyki opłacają się nawet w sytuacji, gdy ich ofiarą padnie 1 na 10 czy na 100 potencjalnych klientów. Jednocześnie każdy oszukany klient staje się antyreklamą dla Krakowa, gdyż jego negatywne doświadczenia zniechęcają inne osoby w jego otoczeniu do przyjazdu. Specyfika klientów padających ofiarą tych praktyk (zagraniczni turyści nie znający języka, spędzający w Polsce ograniczony czas) powoduje przy tym, że są oni zdecydowanie mniej skłonni do podejmowania kroków prawnych, składania skarg itp. niż byłby w takiej sytuacji polski konsument.

Skala problemu wzrasta. Kilka lat temu praktyki takie stosowały tylko kantory międzynarodowej sieci Interchange. W chwili obecnej na podobnych zasadach działa wiele innych kantorów, w tym indywidualnych, w miejscach szczególnie uczęszczanych przez turystów. W niektórych miejscach (Rynek, ul. Floriańska) trudno już znaleźć kantor działający na uczciwych zasadach.

II. Negatywne skutki

1. Straty bezpośrednio poszkodowanych konsumentów korzystających z usług kantorowych.
2. Szkoda dla wizerunku Polski i Krakowa jako atrakcyjnego kierunku wyjazdów turystycznych. Negatywne doświadczenia oszukanых zagranicznych turystów skutkują zmniejszeniem ilości przyjazdów i szkodzą całej branży turystycznej.
3. Nieuczciwa konkurencja w stosunku do przedsiębiorców prowadzących działalność kantorową w rzetelny sposób.
4. Spadek zaufania do branży kantorowej jako całości.

III. Stan prawny i dotychczasowe działania.

Działalność kantorowa jest działalnością regulowaną. Jej wykonywanie wymaga wpisu do rejestru działalności kantorowej (art. 11 ust. 1 Prawa dewizowego) prowadzonego przez NBP (art. 16 pr.dew.). Wymogi są niskie – dyskwalifikuje tylko prawomocne skazanie za przestępstwo skarbowe albo za przestępstwo popełnione w celu osiągnięcia korzyści majątkowej lub osobistej (art. 12 pr.dew.).

Niezbędne wyposażenie lokalu przeznaczonego do wykonywania działalności kantorowej określone jest w rozporządzeniu Ministra Finansów z 24.9.2004 r. w sprawie wyposażenia lokalu przeznaczonego do wykonywania działalności kantorowej oraz sposobu prowadzenia ewidencji i wydawania dowodów kupna i sprzedaży wartości dewizowych, zgodnie z którym kantor należy wyposażać m.in. w tablicę informacyjną przedstawiającą wykaz skupowanych i sprzedawanych walut oraz aktualne ceny (kursy) ich kupna i sprzedaży. Kontrola działalności kantorowej wykonywana jest przez Prezesa Narodowego Banku Polskiego (art. 33 ust. 1 pkt 2 pr.dew.), a przeprowadzają ją pracownicy NBP (art. 34 pr.dew.). W razie stwierdzenia rażącego naruszenia warunków wykonywania działalności kantorowej kontrolerzy występują do Prezesa Narodowego Banku Polskiego o wydanie decyzji o zakazie jej wykonywania (art. 40c pkt 2 pr.dew.).

Kontrola dokonywana przez kontrolerów NBP okazała się jak dotąd nieskuteczna w zwalczaniu nierzetelnych kantorów. Nieco większą skutecznością wykazał się Urząd Ochrony Konkurencji, który pod koniec 2017 r. uznał praktyki spółki Interchange za naruszające zbiorowy interes konsumentów i ukarał ją karą pieniężną w wysokości 1,2 mln zł. UOKiK zakwestionował jednak tylko zamianę stron z kursem kupna i sprzedaży na tablicach kursowych, nie identyfikując głównego problemu, którym jest stosowanie rzucających się w oczy reklam z kursem kupna w celu wywołania u klientów mylnego wrażenia, że jest to kurs sprzedaży. Oznacza to, że nawet po zastosowaniu się do decyzji UOKiK i przywróceniu odpowiedniego układu tablic z kursami właściciele nierzetelnych kantorów kontynuują w najlepsze swoje praktyki wprowadzające konsumentów w błąd.

Informacja o działaniach UOKiK (w dole strony decyzje Urzędu):
https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=14115

Tolerowanie tych praktyk prowadzi do marnowania poważnych środków i istotnego wysiłku włożonego w promocję Krakowa jako atrakcyjnego celu przyjazdów turystycznych. Każdy oszukany turysta staje się dla Krakowa żywą antyreklamą i zniechęca do przyjazdu kolejne osoby. Niestety nieskuteczne okazały się dotychczasowe działania organów powołanych do nadzoru nad działalnością kantorową (Narodowy Bank Polski) oraz dbania o zbiorowy interes konsumentów (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów). Należy w szczególności podkreślić, że dotyczące nierzetelnych kantorów decyzje UOKiK wydane w 2017 r. (decyzje nr RWR 3/2017 i nr RWR 12/2017, dostępne na stronie https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=14115) częściowo błędnie zidentyfikowały problem, kwestionując podawanie kursów kupna i sprzedaży na tablicy kursowej w odwrotnej kolejności, a nie odnosząc się do – będących głównym problemem – rzucających się w oczy reklam podających jedynie kurs sprzedaży z pominięciem kursu kupna.

IV Propozycje

W związku z powyższym zwracam się do Pana Prezydenta z uprzejmymi pytaniami:

- czy w ramach prowadzonych przez miasto Kraków działań mających na celu promocję turystyki władze Krakowa planują przeprowadzenie kampanii społecznej adresowanej do klientów kantorów ostrzegającej przed nierzetelnymi praktykami i zwracającej uwagę na konieczność każdorazowego sprawdzenia obu kursów, kupna i sprzedaży, stosowanych przez dany kantor? Kampania społeczna byłaby adresowana głównie do zagranicznych turystów, zwracającą uwagę na konieczność sprawdzenia kursu kupna waluty obcej stosowanego przez kantor i podkreślającą, że uczciwe kantory podają oba kursy (kupna i sprzedaży) obok siebie w jednej tabeli. Kampania powinna polegać co najmniej na dystrybucji w miejscach uczęszczanych przez turystów (lotnisko, punkty informacji turystycznej, muzea, hotele, hostele, restauracje itp.) ulotek w językach obcych i umieszczeniu odpowiedniej informacji na stronach przeznaczonych do promocji turystycznej Krakowa.

- czy władze Krakowa mogłyby zwrócić się do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z informacją o dalszym stosowaniu nierzetelnych praktyk i prośbą o przeprowadzenie działań kontrolnych ze szczególnym uwzględnieniem praktyki podawania w reklamach wyłącznie kursu sprzedaży bez jednoczesnego podawania w taki sam sposób kursu kupna?
- czy władze Krakowa mogłyby zwrócić się do Ministra Finansów z sugestią nowelizacji rozporządzenia z dnia 24.9.2004 r. w sprawie wyposażenia lokalu przeznaczonego do wykonywania działalności kantorowej oraz sposobu prowadzenia ewidencji i wydawania dowodów kupna i sprzedaży wartości dewizowych, poprzez wprowadzenie jednoznacznego zakazu podawania kursu sprzedaży bez równoczesnego podania w ten sam sposób kursu kupna danej waluty i vice versa?

Z wyrazami szacunku
Łukasz Wantuch
Radny Miasta Krakowa

