



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

[Wersja jawna.]

Łódź, 1 czerwca 2020 r.

RŁO.610.8.2017.NR

DECYZJA Nr RŁO 1/2020

- I.** Na podstawie art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez przedsiębiorcę **NA2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie**

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

uznaje się za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki polegające na wprowadzeniu konsumentów w błąd co do:

1. charakteru usług świadczonych w ramach prowadzonego przez NA2 Sp. z o.o. serwisu internetowego www.szybka-pozyczka.com, poprzez sugerowanie, iż konsumenci w ramach przedmiotowej strony mogą skorzystać z ofert pożyczek pochodzących od osób fizycznych – tzw. „inwestorów”, podczas gdy przedmiotem usług świadczonych przez Spółkę jest gromadzenie danych osobowych potencjalnych kredytobiorców oraz przekazywanie ich do banków lub instytucji pożyczkowych (w rozumieniu art. 5 pkt 2a ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim – t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1083) w celu umożliwienia tym podmiotom skierowania do pozyskanych użytkowników ofert zawarcia umowy kredytu konsumenckiego, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową opisaną w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 2070) i godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 7 lutego 2020 r.

2. zakresu świadczonych przez Spółkę usług, poprzez sugerowanie w treści dostępnego na stronie szybka-pozyczka.com „Regulaminu świadczenia usług serwisu szybka-pozyczka.com”, iż wnioski kredytowe konsumentów będą przekazywane wszystkim, współpracującym z nią podmiotom (wymienionym w Regulaminie), podczas gdy wnioski te, wraz z danymi osobowymi potencjalnych kredytobiorców, przekazywane są tylko niektórym kredytodawcom, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową opisaną w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym i godzi w



zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 7 lutego 2020 r.

II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.),

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

nakłada się na NA2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie:

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt **I.1** sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 63 539 zł (słownie: sześćdziesiąt trzy tysiące pięćset trzydzieści dziewięć złotych)**, płatną do budżetu państwa,
2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt **I.2** sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 63 539 zł (słownie: sześćdziesiąt trzy tysiące pięćset trzydzieści dziewięć złotych)**, płatną do budżetu państwa.

III. Na podstawie art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 256 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.)

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

umarza się jako bezprzedmiotowe, postępowanie wszczęte z urzędu w związku z podejrzeniem stosowania przez NA2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na niewskazywaniu w treści strony www.szybka-pozyczka.com, administrowanej przez NA2 Sp. z o.o. w charakterze pośrednika kredytowego, informacji o których mowa w treści art. 7 ust. 4 pkt 1-2 oraz ust. 5 ustawy o kredycie konsumenckim (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1083),

- tj. informacji dot. zakresu umocowania do dokonywania czynności faktycznych lub prawnych, informacji czy pośrednik kredytowy współpracuje z kredytodawcami, a także o nazwach kredytodawców współpracujących z NA2, co może naruszać art. 7 ust. 4 pkt 1-2 i ust. 5 ustawy o kredycie konsumenckim oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

IV. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.) w zw. z art. 83 tej ustawy oraz w zw. z art. 263 § 1, 263 § 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 256 ze zm.),

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

obciąża się NA2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie kosztami niniejszego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie **73,70 zł**

(słownie: siedemdziesiąt trzy złote 70/100) oraz zobowiązuje NA2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie do zwrotu tych kosztów Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 (czternastu) dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także: „Prezes Urzędu” lub „Prezes UOKiK”) w wyniku prowadzonego monitoringu rynku pośrednictwa kredytowego wszczął postępowanie wyjaśniające pod sygn. DDK-403-503/16/PS w celu wstępnego ustalenia, czy NA2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej także: „Spółka”, „Przedsiębiorca” lub „NA2”), w związku z prowadzeniem serwisu internetowego www.szybka-pozyczka.com oferującego konsumentom możliwość zawarcia umowy kredytowej z inwestorami współpracującymi ze Spółką, mogła dopuścić się naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm., zwanej dalej: „uokik” lub „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”).

Analiza zgromadzonego materiału dowodowego wykazała, że Spółka mogła dopuszczać się działań stanowiących praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. W związku z powyższym, postanowieniem nr 1/610-08/17 z dnia 2 października 2017 r. Prezes Urzędu, na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego, postanowił o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania przez NA2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyk naruszających zbiorowe interesów konsumentów, polegających na:

- I. wprowadzeniu konsumentów w błąd co do:
 1. charakteru usług świadczonych w ramach prowadzonego przez NA2 Sp. z o.o. serwisu internetowego www.szybka-pozyczka.com, poprzez sugerowanie, iż konsumenci w ramach przedmiotowej strony mogą skorzystać z ofert pożyczek pochodzących od osób fizycznych – tzw. „inwestorów”, podczas gdy przedmiotem usług świadczonych przez Spółkę jest gromadzenie danych osobowych potencjalnych kredytobiorców oraz przekazywanie ich do banków lub instytucji pożyczkowych (w rozumieniu art. 5 pkt 2a ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim - t.j.: Dz. U. z 2016 r. poz. 1528 ze zm.) w celu umożliwienia tym podmiotom skierowania do pozyskanych użytkowników ofert zawarcia umowy kredytu konsumenckiego, co może być uznane za nieuczciwą praktykę rynkową opisaną w treści art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j.: Dz. U. z 2016 r. poz. 3 ze zm.), co może stanowić naruszenie zbiorowych interesów konsumentów w związku z treścią art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
 2. zakresu świadczonych przez Spółkę usług, poprzez sugerowanie w treści dostępnego na stronie [szybka-pozyczka.com](http://www.szybka-pozyczka.com) „Regulaminu świadczenia usług serwisu [szybka-pozyczka.com](http://www.szybka-pozyczka.com)”, iż wnioski kredytowe konsumentów będą przekazywane wszystkim, współpracującym z nią podmiotom (wymienionym w Regulaminie), podczas gdy wnioski te, wraz z danymi osobowymi potencjalnych kredytobiorców, przekazywane są

tylko niektórym kredytodawcom, co może być uznane za nieuczciwą praktykę rynkową opisaną w treści art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, co może stanowić naruszenie zbiorowych interesów konsumentów w związku z treścią art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

- II. niewskazywaniu w treści strony www.szybka-pozyczka.com, administrowanej przez NA2 Sp. z o.o. w charakterze pośrednika kredytowego, informacji o których mowa w treści art. 7 ust. 4 pkt 1-2 oraz ust. 5 ustawy o kredycie konsumenckim (t.j.: Dz. U. z 2016 poz. 1528 ze zm.)
- tj. informacji dot. zakresu umocowania do dokonywania czynności faktycznych lub prawnych, informacji czy pośrednik kredytowy współpracuje z kredytodawcami, a także o nazwach kredytodawców współpracujących z NA2 Sp. z o.o., co może naruszać art. 7 ust. 4 pkt 1-2 i ust. 5 ustawy o kredycie konsumenckim oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (*dowód: karty 2-8*).

Sprawa została przekazana do załatwienia przez Prezesa Urzędu Delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi (*dowód: przekazanie sprawy z dnia 25 lipca 2017 r. – karta 1*).

Postanowieniem nr 1/610-08/17 zaliczono w poczet dowodów dokumenty, wyjaśnienia i inne dowody uzyskane w toku postępowania wyjaśniającego o sygn. akt DDK-403-503/16/PS.

Pismem z dnia 2 października 2017 r. zawiadomiono NA2 o wszczęciu postępowania i sformułowanych w nim zarzutach (*dowód: karty 139-141*).

Spółka ustosunkowała się do postawionych zarzutów w piśmie z dnia 3 listopada 2017 r. (*dowód: karty 362-505*).

W dniu 15 listopada 2019 r. Prezes Urzędu wydał kolejne postanowienie o zaliczeniu w poczet dowodów w postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stosowanych przez NA2 określonych dokumentów (*dowód: karta 901*).

Pismem z dnia 11 marca 2020 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy (*dowód: karta 978*).

Przedsiębiorca w dniu 26 maja 2020 r. zapoznał się z aktami sprawy (*dowód: karta 985*).

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

W toku postępowania ustalono, że NA2 Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000529281. Zgodnie z wpisem do rejestru przedsiębiorców KRS przedmiotem przeważającej działalności gospodarczej przedsiębiorcy jest działalność portali internetowych. Przedmiotem pozostałej działalności przedsiębiorcy jest między innymi: przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność, pozostałe pośrednictwo pieniężne, pozostała działalność wspomagająca usługi finansowe, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych.

Przedsiębiorca w ramach swojej działalności gospodarczej prowadził serwis internetowy, działający w domenie www.szybka-pozyczka.com (dowód: Protokół z dnia 23 listopada 2016 r. – karta 93-95).

Spółka osiągał przychody z tytułu [...] (dowód: Załącznik nr 20 do pisma Spółki z 3 listopada 2017 r. – karty 502-505)

Na stronie głównej www.szybka-pozyczka.com, w sekcji najczęściej zadawanych pytań (FAQ), przedstawiono zasady działania serwisu w następujący sposób:

Czym jest Szybka-pozyczka.com?

Szybka-pozyczka.com to internetowa platforma, za pośrednictwem której inwestorzy mogą sfinansować projekty pożyczkowe pożyczkobiorców. Stanowi alternatywę dla pożyczek bankowych i pozabankowych, oferując finansowanie na korzystnych warunkach. Jak to działa? Pożyczkobiorcy określają ile pieniędzy potrzebują, na jaki okres spłaty. Inwestorzy przeznaczają swoje środki na indywidualne projekty pożyczkowe. Szybka-pozyczka.com w sposób bezpośredni pomaga „spotkać się” pożyczkobiorcom z inwestorami, dając możliwość na uzyskanie pożyczki na atrakcyjnych warunkach - bez ryzyka, niskim kosztem i przy minimum formalności.

Czym są pożyczki społecznościowe?

Pożyczki społecznościowe (z ang. social lending lub peer to peer - P2P) to sposób pozyskiwania środków finansowych, polegający na zawieraniu transakcji między pożyczkobiorcami a inwestorami. Transakcje te odbywają się za pośrednictwem serwisów internetowych - bez pośrednictwa instytucji finansowych, np. banków czy parabanków. Pożyczki społecznościowe to transakcje korzystne dla obu stron. Pożyczkobiorcy uzyskują środki finansowe na realizację konkretnego celu - na korzystnych warunkach. Inwestorzy lokują swoje pieniądze, wspierając projekty pożyczkobiorców i czerpiąc zyski z uiszczanych rat powiększonych o ustaloną wysokość odsetki.

Czym różnią się pożyczki oferowane za pośrednictwem platformy Szybka-pozyczka.com od standardowych pożyczek bankowych?

Standardowe pożyczki bankowe obciążone są wysokimi kosztami oraz dużym współczynnikiem odrzuceń - szczególnie dla klientów z poszlakowaną historią kredytową. Pożyczki społecznościowe są dla nich alternatywą - tańszą, bez żadnego ryzyka i zbędnych formalności. Dzięki naszej platformie, pożyczkobiorcy otrzymują możliwość uzyskania środków finansowych od inwestorów na realizację dowolnego projektu pożyczkowego. Pożyczki społecznościowe trafiają do osób potrzebujących - bez zbędnych formalności. A szybka i nieskomplikowana procedura składania wniosków pozwala na uzyskanie środków finansowych zaledwie w ciągu kilku dni.

Jakie korzyści otrzymują pożyczkobiorcy?

Dzięki platformie Szybka-pozyczka.com każdy ma szansę na pożyczkę. Otrzymane pieniądze można przeznaczyć na dowolny cel - zgodnie z projektem pożyczkowym. Pożyczka społecznościowa jest więc szansą na realizację dużych lub małych marzeń. A to wszystko na bardzo korzystnych warunkach, dostosowanych do osobistej sytuacji i możliwości finansowych.

Kto finansuje pożyczkę?

Każda pożyczka finansowana jest przez osoby prywatne - inwestorów, którzy chcą zaoferować swoje oszczędności osobom potrzebującym, osiągając jednocześnie zyski. Inwestorzy poszukują najatrakcyjniejszych ofert, wspierając realizację projektów pożyczkowych.

(dowód: Protokół z dnia 20.06.2017 r. – karty 930-938)

„Szybka-pozyczka.com to internetowa platforma, za pośrednictwem której inwestorzy mogą sfinansować projekty pożyczkowe pożyczkobiorców. Stanowi alternatywę dla pożyczek bankowych i pozabankowych, oferując finansowanie na korzystnych warunkach. Jak to działa? Pożyczkobiorcy określają ile pieniędzy potrzebują, na jaki okres spłaty. Inwestorzy przeznaczają swoje środki na indywidualne projekty pożyczkowe. Szybka-pozyczka.com w sposób bezpośredni pomaga „spotkać się” pożyczkobiorcom z inwestorami, dając możliwość na uzyskanie pożyczki na atrakcyjnych warunkach - bez ryzyka, niskim kosztem i przy minimum formalności [...] Każda pożyczka finansowana jest przez osoby prywatne – inwestorów [podkreślenie własne – prezes UOKiK], którzy chcą zaoferować swoje oszczędności osobom potrzebującym, osiągając jednocześnie zyski. Inwestorzy poszukują najatrakcyjniejszych ofert, wspierając realizację projektów pożyczkowych.”

W treści strony mechanizm udzielania pożyczki określany był mianem „pożyczki społecznościowej”, a serwis internetowy opisywany był jako miejsce, w którym dochodzi do kontaktu pomiędzy osobami zainteresowanymi uzyskaniem pożyczki oraz prywatnymi inwestorami.

Również podczas rozmowy z konsultantem prowadzonej w celu weryfikacji wniosku pożyczkowego konsument otrzymał informację, że „platforma skupia inwestorów udzielających pożyczek pozabankowych w kwotach od 300 złotych do 150 tysięcy na okres spłaty od roku do 10 lat.” (dowód: nagranie rozmowy telefonicznej konsultanta [...] z konsumentką [...] z dnia 3.11.2017 r. – czas nagrania od 0:35 do 0:45 - plik 13.mp3 zamieszczony na płycie CD dołączonej do pisma NA2 z 28.11.2017 r. – karta 521)

Obowiązujący od dnia 10 lutego 2017 r. „Regulamin serwisu szybka-pożyczka.com” zawiera postanowienia, które określają cechy świadczenia przedsiębiorcy w sposób odmienny, niż to wskazano w odpowiedziach FAQ.

„3. Usługodawca świadczy za pośrednictwem Serwisu usługi drogą elektroniczną polegające na:

a. przyjmowaniu zapytań i wniosków o pożyczkę od Użytkowników;

b. przekazywaniu zapytań i wniosków o pożyczkę złożonych przez Użytkownika do następujących potencjalnych Pożyczkodawców:

indywidualni inwestorzy, których danych osobowych Usługodawca nie gromadzi, Alior Bank S.A., FM Bank PBP S.A., Bank BGŻ BNP Paribas S.A., Bank BPH S.A., Bank Zachodni WBK S.A., Bank Handlowy w Warszawie S.A., Credit Agricole Bank Polska S.A., Deutsche Bank Polska S.A., Dom Kredytowy NOTUS S.A., Euro-Tax.pl Zwrot Podatku S.A., EkoSynergia Sp. z o.o., Expander Advisors Sp. z o.o., Euro Bank S.A., Getin Noble Bank S.A., Gaspol S.A., IPF Polska Sp. z o.o., Finasowy Supermarket.pl Sp. z o.o., HFT Brokers Dom Maklerski S.A., Home Broker S.A., Idea Bank S.A., ING Bank Śląski S.A., Premium Management Sp. z o.o., Capital Service S.A., WebField Sp. z o.o., FinansowySupermarket.pl Sp. z o.o., Web Broker Sp. z o.o., LepszaOferta.pl S.A., WebField Sp. z o.o., Salelifter Sp. z o.o., TotalMoney.pl Sp. z o.o., Link4 TU S.A., Idea Bank S.A., Mercedes-Benz Sosnowiec Sp. z o.o., mBank S.A., Netia S.A., Orange Polska S.A., Home Broker S.A., Open Brokers S.A., Copyright Orange Polska S.A., panwybierak.pl S.A., Powszechną Kasę Oszczędności Bank Polski S.A. (dalej zwaną „PKO BP SA”), mr Target Sp. z o.o., PROFI CREDIT Polska S.A., PZU S.A., Provident Polska S.A., RAIFFEISEN BANK POLSKA S.A., RWE Polska S.A., Santander Consumer Bank S.A., Volkswagen Group Polska Sp. z o.o., TAKTO Finanse Sp. z o.o., Alior Bank S.A., Tax Care S.A. Goodfinn Sp. z o.o.

c. przekazywaniu Użytkownikom informacji w zakresie ofert dotyczących warunków zawarcia umowy pożyczki;

d. przesyłaniu Użytkownikom Newsletteru;

e. udzielaniu informacji dotyczących Usług świadczonych przez Usługodawcę.” (§3 pkt 3 lit. b Regulaminu) (dowód: Regulamin serwisu szybka-pożyczka.com obowiązujący od 10.02.2017 r. załączony do pisma Spółki z dnia 9.12.2019 r. – karty 956-971).

Należy w tym miejscu zaznaczyć, że sformułowanie „indywidualni inwestorzy, których danych osobowych Usługodawca nie gromadzi” zostało przez Przedsiębiorcę dodane do postanowienia ww. regulaminu, w którym wymienieni są potencjalni Pożyczkodawcy, dopiero w toku postępowania wyjaśniającego (dowód: Regulamin świadczenia usług serwisu

szybka-pozyczka.com obowiązujący od 1.08.2016 r. załączony do Protokołu z dnia 20.06.2017 r. – karty 931-938; Regulamin świadczenia usług serwisu szybka-pozyczka.com obowiązujący od 10.02.2017 r. załączony do pisma Spółki z dnia 9.12.2019 r. – karty 956-971).

Konsument po złożeniu tzw. wniosku pożyczkowego nie otrzymywał informacji na temat tzw. inwestorów, którym przedsiębiorca przekaże dane wnioskodawcy. Ponadto „*udostępniona za pośrednictwem Serwisu informacja o szacunkowym czasie udzielenia pożyczki ma jedynie charakter hipotetyczny i symulacyjny i nie rodzi po stronie Pożyczkobiorcy jakiegokolwiek roszczenia, w szczególności o zawarcie umowy pożyczki z Pożyczkodawcą w tym czasie*” (§ 3 ust. 9 Regulaminu) (*dowód: Regulamin świadczenia usług serwisu szybka-pozyczka.com obowiązujący od 10.02.2017 r. załączony do pisma Spółki z dnia 9.12.2019 r. – karty 956-971*).

Na głównej stronie www.szybka-pozyczka.com zamieszczony był tzw. suwak – kalkulator pożyczkowy, który pozwalał potencjalnemu pożyczkobiorcy ustalić oczekiwane parametry pożyczki. Atrybuty ww. kalkulatora wskazywały, że klient może otrzymać pożyczkę w wysokości od 300 do nawet 150.000 złotych. Liczba rat mogła wynosić od 12 do 120. Kolejna wskaźnik do wyboru w kalkulatorze to całkowity koszt kredytu ponoszony przez konsumenta tj. RRSO – od 5% do 50%.

Zgodnie z § 3 pkt 8 regulaminu serwisu internetowego: „*Kalkulator pożyczkowy ma charakter symulatora i nie dotyczy konkretnej pożyczki lub kredytu; pozwala on jedynie na przeprowadzenie obliczeń matematycznych na podstawie wprowadzonych przez Użytkownika danych takich jak: kwota Pożyczki, liczba miesięcznych rat oraz proponowana stopa oprocentowania na podstawie których wyświetlane są dane wyjściowe, tj. wysokość miesięcznej raty pożyczki, całkowity koszt pożyczki i rzeczywista roczna stopa oprocentowania. Kalkulator nie stanowi reklamy ani promocji jakiejkolwiek zindywidualizowanej i skonkretyzowanej pożyczki lub kredytu.*” (*dowód: Regulamin świadczenia usług serwisu szybka-pozyczka.com obowiązujący od 10.02.2017 r. załączony do pisma Spółki z dnia 9.12.2019 r. – karty 956-971*).

Na stronie podano, że warunkiem wnioskowania o pożyczkę jest posiadanie aktualnego dowodu osobistego oraz stałego miejsca zamieszkania.

szybka-pozyczka.com Strona główna [Złóż wniosek](#)

Złóż wniosek

Kwota pożyczki

10000

Liczba rat

60 m-cy

Oprocentowanie

5 %

Wysokość raty
188.71 PLN

Kwota pożyczki: 10 000.00 PLN
 Koszt pożyczki: 1 322.60 PLN
 Kwota do spłaty: 11 322.60 PLN
 RRSO: 5%

Złóż wniosek >

wystarczy dowód osobisty

✓ pożyczki od 300 zł do 150 000 zł

✓ spłata

Minimalny okres spłaty 1 rok.

Maksymalny okres spłaty 10 lat.

(dowód: Protokół z dnia 20.06.2017 r. – karty 930-938)

Po ustaleniu parametrów pożyczki w kalkulatorze, użytkownik wypełniał swoimi danymi formularz kontaktowy wyświetlony na następnej stronie. Należało podać imię i nazwisko, PESEL, e-mail, numer telefonu oraz kod pocztowy.

szybka-pozyczka.com Strona główna [Złóż wniosek](#) [Jak uzyskać pożyczkę](#) [Wymogi](#) [FAQ](#) [Kontakt](#)

Złóż wniosek

Kwota kredytu:
10 000.00 PLN

Liczba rat:
60

Prowizja serwisu:
0 PLN

Oprocentowanie:
5%

RRSO:
5%

Rata:
188.71 PLN

Całkowity koszt pożyczki:
1 322.60 PLN

Imię i nazwisko

PESEL

E-mail

Telefon

Kod pocztowy

Oświadczam, że zapoznałem się i akceptuję treść Regulaminu Serwisu [szybka-pozyczka.com](#) oraz (...)

Oświadczam, że wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych w celach handlowych i marketingowych przez NA2 sp. z o.o. oraz przez współpracujące z NA2 sp. z o.o. podmioty trzecie.

W związku ze złożeniem przeze mnie Wniosku o Pożyczkę udzielam NA2 (...)

kliknij aby złożyć wniosek >

wystarczy dowód osobisty

Porozmawiaj z konsultant...

Jak wynika z informacji przekazanych przez NA2, w celu weryfikacji przekazanych danych oraz uzupełnienia wniosku pożyczkowego, konsument musiał wykonać połączenie z numerem o podwyższonej opłacie za minutę rozmowy.

The screenshot shows the website 'szybka-pozyczka.com' with a navigation bar containing 'Strona główna', 'Złóż wniosek', 'Jak uzyskać pożyczkę', 'Wymogi', 'FAQ', and 'Kontakt'. The main content area is titled 'Decyzja' and features a green icon of stacked coins. The text reads: 'Wstępna weryfikacja wniosku Pozytywna'. Below this, it says: 'W celu uzupełnienia danych z wniosku i umowy kredytu prosimy o kontakt pod numerem 708 877 722*'. A note specifies: '* Oplata za połączenie wynosi 6,25 pln netto/ 7,69 pln brutto za każdą rozpoczętą minutę połączenia'. It also lists operating hours: 'w dni robocze od 8:00 do 21:00 oraz soboty od 12:00 do 20:00'. At the bottom, it states: 'Nasza infolinia w tym momencie jest czynna. Liczba aktywnych konsultantów którzy oczekują na Twoje połączenie: 7'. The background of the page shows a smiling couple on a motorcycle.

(dowód: Pismo Spółki z dnia 16.01.2017 r. – karty 122-125)

Podczas rozmowy konsultanci, na podstawie ustalonego skryptu, zadawali potencjalnemu pożyczkobiorcy pytania między innymi o: [...] *(dowód: Załącznik nr 6-17 do pisma Spółki z 3.11.2017 r. – karty 392-495)*

Zgodnie z treścią Regulaminu: „Usługa ta [tj. usługa uzupełnienia wniosku pożyczkowego dop. Prezes UOKiK] jest usługą o podwyższonej opłacie. Cena za jednostkę rozliczeniową tej usługi wynosi 6,25 netto, to jest 7,69 brutto za każdą rozpoczętą minutę połączenia.” *(dowód: pismo Spółki z 30.05.2016 r. – karta 15).*

W odpowiedzi z dnia 12 czerwca 2016 r. na wezwanie Prezesa UOKiK Spółka przekazała nagrania dwudziestu rozmów telefonicznych prowadzonych z użytkownikami serwisu szybka-pozyczka.com w celu weryfikacji ich tożsamości oraz zgromadzenia danych osobowych. Ponadto w piśmie z 28 listopada 2017 r. NA2 przekazała trzynaście nagrań rozmów telefonicznych przeprowadzonych w listopadzie 2017 r. Na podstawie przeanalizowanych nagrań rozmów ustalono, iż rozmowy tego typu trwały średnio ok. [...] – co łączyło się z koniecznością poniesienia jednorazowego kosztu w wysokości ok. [...] złotych. Najkrótsza przesłana rozmowa trwała [...], a najdłuższa [...] *(dowód: płyta CD załączona do pisma Przedsiębiorcy z 12.09.2016 r. – karta 60).*

Spółka korzystała z następujących numerów premium, których operatorem technicznym na podstawie umowy z dnia 26 stycznia 2015 r. był [...]:

- [...]
- [...]
- [...]
- [...]
- [...]

(dowód: pismo Spółki z 12.09.2016 r. – karta 24)

Telefoniczną weryfikację, o której mowa powyżej, od dnia 1 lutego 2017 r. przeprowadzał [...] (dowód: Umowa o świadczenie usług call center - załącznik nr 2 do odpowiedzi na wezwanie z 3 listopada 2017 r. – karty 372-376).

W okresie od 1 stycznia 2016 r. do 31 grudnia 2016 r. telefoniczna weryfikacja i obsługa klientów Spółki należała do obowiązków [...] (dowód: załącznik nr 1 do odpowiedzi na wezwanie z 3 listopada 2017 r. – karty 363, 370-371).

W piśmie z dnia 16 stycznia 2017 r. Spółka wskazała, że na usługę przez nią świadczoną składa się pozyskanie oferty konsumenta oraz udostępnienie jej firmie pożyczkowej (dowód: karta 125).

W odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu Spółka nie była w stanie przedstawić listy osób prywatnych (tzw. „inwestorów”), z którymi współpracuje lub współpracowała w przeszłości, a które jednocześnie otrzymywały dane osobowe użytkowników wypełniających formularz pożyczkowy. Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki w ramach serwisu gromadzone są jedynie dane osób potencjalnie zainteresowanych uzyskaniem pożyczki (dowód: wyjaśnienia z dnia 30 maja 2016 r. – karta 12).

Przedsiębiorca został wezwany do przedłożenia listy „inwestorów”, którzy dokonali rejestracji w ramach prowadzonego przez Przedsiębiorcę serwisu (dowód: wezwanie z dnia 9 czerwca 2016 r., - karta 17-18).

W odpowiedzi Przedsiębiorca poinformował, że „nie prowadzi tego rodzaju wykazu. Inwestor uzyskuje dostęp do bazy klientów po przesłaniu wiadomości email do Spółki. Otrzymane maile nie są archiwizowane przez Spółkę.” (dowód: pismo Przedsiębiorcy z dnia 12 września 2016 r., - karta 24).

Wobec powyższego pismem z dnia 7 grudnia 2016 r. Prezes Urzędu wezwał Przedsiębiorcę do przedstawienia informacji o liczbie formularzy kredytowych pożyczkowych, które zostały przekazane osobom fizycznym – „inwestorom” od początku 2016 r. (dowód: karta 103-104).

W odpowiedzi Przedsiębiorca wskazał, że „nie jest w stanie udzielić przedmiotowych wyjaśnień (...), nie gromadzi danych statystycznych (...)” (dowód: pismo z dnia 16 stycznia 2017 r. – karta 125).

Pismem z dnia 2 października 2017 r. (w toku niniejszego postępowania) Prezes Urzędu ponownie wezwał Przedsiębiorcę do dokładnego opisanie procesu rejestracji „inwestorów”, a także opisanie w jaki sposób osoby te mają możliwość zapoznania się z ofertami potencjalnych pożyczkobiorców (dowód: karty 142-145).

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki tzw. „inwestorzy” „nie mają możliwości rejestracji kont w serwisie, zapoznają się z ofertami potencjalnych pożyczkobiorców na stronie www.oferty-pozyczkowe.szybka-pozyczka.com.” (dowód: pismo Spółki z 3 listopada 2017 r. – karta 364). Przedsiębiorca nie przekazał jednak dowodów, które potwierdzałyby, że ww. strona umożliwiała przekazanie danych kontaktowych pożyczkobiorcy lub umożliwiała w inny sposób kontakt „inwestora” z potencjalnym pożyczkobiorcą. Wyjaśnienia te były też sprzeczne ze złożonymi wcześniej wyjaśnieniami wskazującymi jakoby potencjalni „inwestorzy” korespondowali ze Spółką poprzez pocztę elektroniczną w sprawie uzyskania kontaktu do pożyczkobiorcy.

Jak wskazują wyniki weryfikacji informacji przekazanych przez Spółkę (w tym poprzez oględziny strony oferty.szybka-pozyczka.com, dowód: *Protokół z 1 sierpnia 2019 r. – karty 719-724*), treści skierowane potencjalnie do pożyczkodawców prywatnych znajdowały się na stronie internetowej pod adresem oferta.szybka-pozyczka.com. W tym miejscu należy jednak zaznaczyć, że odnośnik do strony internetowej oferta.szybka-pozyczka.com nie znalazł się na głównej stronie serwisu szybka-pozyczka.com. Jedynym sposobem na dotarcie do witryny z rzekomymi ofertami użytkowników serwisu jest wprowadzenie adresu internetowego bezpośrednio w pasku adresu przeglądarki internetowej. Tak przyjęty mechanizm powoduje, że potencjalny inwestor prywatny nie będzie mógł zapoznać się z ofertami konsumentów, jeśli nie będzie znał dokładnego adresu strony z ofertami. Ponadto rzekome oferty nie przedstawiały danych kontaktowych pożyczkobiorców ani nie umożliwiały kontaktu z nimi w inny sposób (np. poprzez kontakt z zarejestrowanego na stronie konta). Odnośniki „Zobacz więcej” umieszczone na ww. stronie internetowej przekierowywały do podstron bez wystarczających danych oraz bez możliwości zainicjowania bezpośredniego kontaktu (por. poniższe obrazy stron; dowód: *obraz strony zamieszczony poniżej oraz protokół zabezpieczenia strony – karta 719-724*). Należy zatem przyjąć, że funkcjonowanie strony oferta.szybka-pozyczka.com miało charakter iluzoryczny.

Powyższe okoliczności, a także oświadczenie Spółki przekazane w piśmie z dnia 16 stycznia 2017 r., że na usługę przez nią świadczoną „*składa się pozyskanie oferty konsumenta oraz udostępnienie jej firmie pożyczkowej*”, wskazują, że Spółka w rzeczywistości nie przekazywała danych pożyczkobiorców do potencjalnych „inwestorów” prywatnych i nawet nie stworzyła skutecznych mechanizmów potencjalnie umożliwiających kontakt pomiędzy pożyczkobiorcą a „inwestorem”.

Jak działa Szybka-pozyczka?


Szybka-pozyczka to przejrzysta platforma pożyczek. Bezpośrednio łączymy pożyczkobiorców i inwestorów – dzięki temu nie ponosimy wysokich kosztów, w przeciwieństwie do banków i firm pożyczkowych. Korzyści z oszczędności trafiają bezpośrednio do Ciebie. Wysokość oprocentowania jest obliczana przy wykorzystaniu innowacyjnego algorytmu. Ponadto Szybka-pozyczka bierze na siebie odpowiedzialność za kontrolę jakości wszystkich ofert pożyczkowych.

Ostatnio dodane oferty pożyczek:

Zaneta potrzebuje : 50000 PLN 5% Zobacz więcej	Mateusz potrzebuje : 1500 PLN 5% Zobacz więcej	Dawid potrzebuje : 65000 PLN 1% Zobacz więcej	Krzysztof potrzebuje : 30000 PLN 5% Zobacz więcej
Weronika potrzebuje : 10000 PLN 5% Zobacz więcej	Norbert potrzebuje : 25000 PLN 12% Zobacz więcej	Robert potrzebuje : 15000 PLN 5% Zobacz więcej	Magda potrzebuje : 9000 PLN 5% Zobacz więcej
Anna potrzebuje : 15000 PLN 2% Zobacz więcej	Paulina potrzebuje : 5000 PLN 1% Zobacz więcej	Barbara potrzebuje : 15000 PLN 5% Zobacz więcej	Julia potrzebuje : 1600 PLN 5% Zobacz więcej

OFERTA

Twoja oferta Inne oferty

 Joanna potrzebuje 25000 PLN

Oferty pożyczek / OFERTA

Kwota pożyczki	25000 PLN
Okres pożyczki	110 miesięcy
Oprocentowanie	10%
Weryfikacja telefoniczna	Zweryfikowany

INFORMACJE O POŻYCZKOBIORCY :

IMIĘ : JOANNA

STAN CYWILNY :

ILOŚĆ OSÓB NA UTRZYMANIU : 1

ZDOLNOŚĆ KREDYTOWA :

MIESIĘCZNY DOCHÓD NETTO : 1800 PLN

KOSZTY CAŁKOWITE / MIESIĄCZNE WYDATKI : 200 PLN

(dowód: Protokół z 1 sierpnia 2019 r. – karty 721, 723)

Prezes Urzędu pismem z dnia 5 października 2017 r. wezwał Goodfinn Sp. z o.o., Tax Care S.A., Volkswagen Group Polska Sp. z o.o., Santander Consumer Bank S.A., Innogy Polska S.A., Raiffeisen Bank Polska S.A., PZU S.A., Mr Target Sp. z o.o., panwybierak.pl Sp. z o.o., Open Brokers S.A., Orange Polska S.A., Netia S.A., mBank S.A., Mercedes-Benz Sosnowiec Sp. z o.o., Link4 Towarzystwo Ubezpieczeń S.A., TotalMoney.pl Sp. z o.o., Salelifter Sp. z o.o., LepszaOferta.pl S.A., Web Broker Sp. z o.o., WebField Sp. z o.o., Capital Service S.A., Premium Management Sp. z o.o., Idea Bank S.A., Home Broker S.A., HFT Brokers Dom Maklerski S.A., Finansowysupermarket.pl Sp. z o.o., Gaspol S.A., Getin Noble Bank S.A., Euro Bank S.A., Expander Advisors Sp. z o.o., Euro-Tax.pl Zwrot Podatku S.A., NOTUS Finanse S.A., Deutsche Bank Polska S.A., Credit Agricole Bank Polska S.A., Bank Handlowy w Warszawie S.A., Bank Zachodni WBK S.A., Bank BPH S.A., Bank BGŻ Paribas S.A., Nest Bank S.A., do udzielenia informacji czy w ramach prowadzonej przez siebie działalności podmioty te współpracują z NA2 oraz czy spółka NA2 występuje w roli pośrednika kredytowego lub czy przekazuje ww. podmiotom dane osobowe potencjalnych kredytobiorców (*dowód: karty 146-186*).

Zdecydowana większość przedsiębiorców wymienionych w regulaminie serwisu jako potencjalni pożyczkodawcy, którym NA2 przekazuje wnioski o pożyczkę złożone przez użytkowników serwisu szybka-pozyczka.com (PKO BP S.A., Alior Bank S.A., TAKTO Finanse Sp. z o.o., PROFI CREDIT Polska S.A., Tax Care S.A., Volkswagen Group Polska Sp. z o.o., Innogy Polska S.A., Raiffeisen Bank Polska S.A., PZU S.A., panwybierak.pl Sp. z o.o., Open Brokers S.A., Orange Polska S.A., mBank S.A., Mercedes-Benz Sosnowiec Sp. z o.o., Link4 Towarzystwo Ubezpieczeń S.A., Premium Management Sp. z o.o., Idea Bank S.A., Home Broker S.A., Gaspol S.A., Expander Advisors Sp. z o.o., Euro-Tax.pl Zwrot Podatku S.A., NOTUS Finanse S.A., Bank Handlowy w Warszawie S.A., Bank Zachodni WBK S.A., Bank BGŻ Paribas S.A., ING Bank Śląski S.A., Bank BPH S.A., Getin Noble Bank S.A., Salelifter Sp. z o.o.) w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu wskazała, że nie współpracuje z NA2 (*dowód: karty 105, 108, 113, 187, 188, 189, 191, 217, 222-223, 224, 227, 229, 232, 238, 240, 244, 287, 288, 301, 308, 309, 312, 350, 357, 358, 359, 511, 902, 929*).

Ponadto Nest Bank S.A. podkreślił, że nigdy nie współpracował ze spółką NA2 Sp. z o.o., a przy tym wskazał, że niezwłocznie zwróci się do spółki NA2 o udzielenie pilnych wyjaśnień w zakresie podstawy powoływania się w dokumentacji udostępnianej klientom (w regulaminie serwisu szybka-pozyczka.com) na współpracę z Nest Bankiem (*dowód: karta 215*).

[...] S.A. w piśmie z 26 października 2017 r. wskazał, że nie podejmował współpracy bezpośrednio z NA2, ale współpracuje z agencją [...], która to na podstawie umowy z bankiem może korzystać z usług podmiotów trzecich. Z informacji dostarczonych przez ww. agencję wynika, iż współpracuje ona z [...], właścicielem sieci afiliacyjnej [...]. Spółka NA2 działała jako wydawca we wskazanej sieci afiliacyjnej (*dowód: karta 239*).

W piśmie z dnia 30 października 2017 r. [...] S.A. wskazał, że nie współpracuje ze spółką NA2. Z ostrożności bank poinformował, że zawarł umowę z [...] na podstawie której świadczona jest usługa realizacji w Internecie kampanii promocyjnych produktów będących w ofercie banku. NA2 była jednym z partnerów w organizowanej przez [...] sieci partnerskiej (*dowód: karty 315-316*).

W piśmie z dnia 19 października 2017 r. [...] Sp. z o.o. wskazał, że współpracuje z NA2 w zakresie promowania kampanii reklamowych w celu pozyskiwania osób zainteresowanych produktami finansowymi, w tym kredytem konsumenckim. W ramach współpracy NA2 korzystała z udostępnionego przez [...] Sp. z o.o. odnośnika internetowego (lead), który był przeznaczony do użycia w kreacjach reklamowych w celu udostępnienia użytkownikom NA2 zainteresowanym ofertą klientów spółki [...]. Współpraca z NA2 opierała się na niesformalizowanych zleceniach reklamowych przesyłanych w bieżącej korespondencji mailowej. Tytułem świadczonych usług NA2 otrzymywała wynagrodzenie, którego wysokość zależna była od wielu czynników (*dowód: pismo z 19.10.2017 r. – karta 194*).

Spółka [...] przekazała listę leadów otrzymanych od NA2 i przekazanych klientom spółki [...] (reklamodawcom). Na wykazie, oprócz instytucji finansowych takich jak: [...], znalazły się również spółki zajmujące się sprzedażą energii elektrycznej, zakłady ubezpieczeniowe, spółki telekomunikacyjne, dealerzy samochodowi. (*dowód: pismo z 4.01.2018 r. – karty 604-612*).

W piśmie z dnia 24 października 2017 r. [...] Sp. z o.o. wskazała, że świadczy usługi reklamowe na rzecz instytucji finansowych. Potwierdziła, że współpracuje ze spółką NA2 w ramach programu partnerskiego [...] – w zakresie promowania kampanii reklamowych na własnej stronie internetowej, w szczególności w celu pozyskiwania osób zainteresowanych produktami finansowymi, w tym także kredytem konsumenckim. Ww. usługi świadczone były przez NA2 na podstawie umowy [...] (*dowód: pismo z 24.10.2017 r. – karta 204*).

Jak wskazała z kolei [...] Sp. z o.o. w piśmie z dnia 5 września 2019 r., współpraca w ramach programu partnerskiego polega wyłącznie na umożliwieniu partnerom (takim jak NA2) zamieszczania na własnych stronach internetowych narzędzi (w szczególności odnośników i formularzy internetowych stworzonych przez banki i inne instytucje finansowe), za pomocą których użytkownicy Internetu mogą składać wnioski o produkty finansowe oferowane przez instytucje finansowe, z którymi [...] Sp. z o.o. zawarła umowę o świadczenie usług marketingowo-informacyjnych. W ramach ww. umowy partnerzy mogą otrzymywać wynagrodzenie zależne m.in. od liczby i rodzajów prawidłowo złożonych wniosków. Zasadniczo warunkiem wypłaty wynagrodzenia za wniosek jest jego skuteczność (tzw. model CPS) – wysokość wynagrodzenia nie zależy od liczby złożonych wniosków, ale jedynie od liczby wniosków pozytywnych, czyli takich, które prowadzą do zawarcia umowy przez klienta z instytucją finansową (*dowód: pismo z 5.09.2019 r. – karta 874- 875*).

[...] S.A. poinformował w piśmie z dnia 24 października 2017 r., że współpraca z NA2 nie była bezpośrednia, odbywała się jedynie za pośrednictwem domu mediowego [...] na podstawie zlecenia kampanii reklamowej. Współpraca polegała na zamieszczeniu w ramach serwisu administrowanego przez NA2 reklamy kredytu gotówkowego oferowanego przez [...] albo na wysyłaniu do użytkowników serwisu prowadzonego przez NA2 e-maili zawierających treść reklamową. Jeśli potencjalny klient był zainteresowany ofertą kredytową, był on przekierowany na stronę Banku, na której wypełniał odpowiedni formularz kontaktowy. Wszystkie rozliczenia współpracy odbywały się między NA2 a domem mediowym [...] i oparte były o system prowizyjny (tj. za każdy wypełniony przez potencjalnego klienta formularz kontaktowy) (*dowód: pismo z 24.10.2017 - karty 218-219*).

W odpowiedzi z dnia 20 października 2017 r. na wezwanie Prezesa Urzędu [...] Sp. z o.o. potwierdziła, że współpracuje ze spółką NA2 na podstawie zawartego w dniu [...]

porozumienia. W ramach współpracy spółka zleca wyłącznie realizację wysyłki wiadomości e-mail do adresów znajdujących się w bazie, której administratorem jest NA2 (*dowód: karta 345*).

[...] S.A. w piśmie z dnia 23 października 2017 r. wskazała, nie prowadzi współpracy z NA2 i dodała, że spółka NA2 wyraziła wolę współpracy poprzez sieć afiliacyjną, której właścicielem jest [...]. Spółka [...] nie wyraziła jednak chęci współpracy z NA2 (*dowód: karta 306*).

W piśmie z dnia 22 listopada 2017 r. [...] Sp. z o.o. wskazała, że podjęła współpracę z NA2, która polegała na realizacji przez NA2 kampanii reklamowej. Jej celem było dostarczenie poprawnie wypełnionych formularzy kontaktowych potencjalnych klientów zainteresowanych porównaniem produktów i promocji w zakresie aktualnej oferty kredytów oraz pożyczek gotówkowych. [...] Sp. z o.o. w swoim stanowisku podkreśliła, że nie udziela kredytów ani pożyczek gotówkowych (*dowód: karty 514-515*).

Bank [...] S.A. w piśmie z dnia 22 grudnia 2017 r. podtrzymał swoje stanowisko wskazujące, że nie współpracuje z NA2. Bank podkreślił przy tym, że współpracuje ze spółką [...], właścicielem portalu [...]. Bank nie posiada informacji o faktycznym źródle pozyskiwania danych osobowych przez [...]. Zgodnie z wiedzą i polityką banku, NA2 powinna zostać wykluczona ze współpracy przez [...] z uwagi na [...] (*dowód: karta 561*).

[...] S.A. w piśmie z dnia 8 stycznia 2018 r. podkreślił, że nie współpracuje z NA2. Bank wskazał, że współpracuje z [...], która to korzysta z usług dostawcy [...] Dostawca potwierdził, że pozyskane leady (czyli dane konsumentów: imię, nazwisko, telefon oraz e-mail) w ramach kampanii [...] pochodziły od partnerów zewnętrznych, w tym od NA2. Bank wyjaśnił, że w ramach współpracy z [...] prowadzone były dwa rodzaje kampanii:

- kampania standardowa – partner zamieszczał baner reklamowy banku, który przekierowywał do strony docelowej banku zawierającej formularz kontaktowy,
- kampania prewalidacyjna – partnerzy [...] dysponują bazami osobowymi, których są administratorami i poprzez własne call center pytają osoby z danej bazy czy są zainteresowane kredytem gotówkowym Banku.

Call center [...] S.A. otrzymując wyżej opisane zgłoszenie pyta na początku rozmowy, czy klient wyraził zgodę na przesłanie swoich danych do [...] S.A. – w przypadku odpowiedzi negatywnej konsultant kończy rozmowę, a w przypadku odpowiedzi twierdzącej konsultant umawia klienta na spotkanie z doradcą w placówce [...] S.A. Bank przekazuje wynagrodzenie za pozyskanie leadów oraz za sprzedaż kredytów gotówkowych do [...], który rozlicza się m.in. z [...], który następnie rozlicza się ze swoimi partnerami. Bank nie posiada informacji w zakresie wynagrodzenia wypłacanego przez [...] partnerom (*dowód: karty 704-708*).

Zgodnie z informacjami uzyskanymi od [...] S.A. do pośredniej współpracy z NA2 dochodzi w ramach marketingu afiliacyjnego, który polega na współdziałaniu dwóch podmiotów – reklamodawcy i partnera. Partner w ramach sieci afiliacyjnej zrzesza wydawców, którzy dysponują prawem do zagospodarowania przestrzeni reklamowej jednego lub kilku serwisów internetowych lub innych internetowych narzędzi komunikacyjnych. Wynagrodzenie z tytułu prowadzonej współpracy afiliacyjnej jest uzgadniane i wypłacane wyłącznie przez reklamodawcę partnerowi. Przedsiębiorca [...] S.A. wskazał, że w tym przypadku wydawcą była NA2, partnerem [...] a reklamodawcą [...] NA2 znajdowała się w sieci afiliacyjnej [...] od października 2015 r. Zgodnie z treścią umowy współpracy zawartej pomiędzy [...] a [...]

S.A., wydawca (NA2) nie powinien uzyskiwać danych osobowych użytkowników, którzy wypełnili formularz kontaktowy na stronie docelowej. W przypadku pozyskania danych osobowych przez partnera lub wydawców, partner zobowiązany był do zapłaty na rzecz [...] S.A. kary umownej oraz do niezwłocznego usunięcia takich danych (*dowód: pismo z dnia 20 października 2016 r. karty 69-70 oraz pismo z 20.12.2016 – karty 118-119*).

W piśmie z dnia 11 kwietnia 2017 r. [...] S.A. wskazała, że rozliczała się z klientami wg modelu [...] oraz [...]. W *zamierzeniu* promocje, które miała przeprowadzać NA2 na swoich powierzchniach, miały doprowadzić do rejestracji klientów w formularzu leadowym i późniejszą sprzedaż pożyczki. Spółka [...] pokreśliła, że nie otrzymuje i nigdy nie otrzymywała danych osobowych potencjalnych kredytobiorców (*dowód: pismo z 11 kwietnia 2017 r. – karta 132*).

W piśmie z dnia 4 września 2019 r. [...] S.A. potwierdziła współpracę z NA2, w ramach programu partnerskiego [...], podczas wymienionych akcji marketingowych: [...]. Za każdy formularz przesłany do [...], partner (w tym NA2) otrzymuje prowizję zależną od wysokości transakcji. W ramach współpracy partner udostępnia na rzecz [...] powierzchnię reklamową na swoich stronach internetowych, celem umieszczenia narzędzi i materiałów reklamowych takich jak: widżety, banery, linki (*dowód: karta 876*).

W odpowiedzi z dnia 5 września 2019 r. na wezwanie Prezesa UOKiK [...] Sp. z o.o. wskazała, że w latach [...] prowadziła współpracę z NA2 jako wydawcą zarejestrowanym w sieci afiliacyjnej [...] na podstawie umowy z wydawcą oraz opisów programów partnerskich. NA2 w ramach sieci afiliacyjnej brała udział w następujących kampaniach: [...] (*dowód: karty 774-780*).

Spółka [...] w piśmie z dnia 10 października 2019 r. potwierdziła, że prowadziła współpracę z NA2. Wyjaśniła, że zajmuje się zlecaniem działań reklamowych polegających na zamieszczeniu reklam (typu display, linki, mailingi itp.) w obrębie zasobów partnerów (np. serwisów internetowych lub baz mailingowych) w zamian za rozliczenie za konkretnych efekt – taki jak przekierowanie, lead (wypełnienie formularza kontaktu) lub wygenerowaną sprzedaż. Wypełnione formularze kontaktu, będące efektem zastosowanej reklamy, podlegają walidacji przez reklamodawcę i w przypadku pozytywnej oceny podlegają rozliczeniu (*dowód: karta 895*).

W toku postępowania ustalono również, że niektórzy potencjalni pożyczkodawcy wymienieni w regulaminie serwisu szybka-pożyczka.com (m.in. Gaspol Sp. z o.o. Mercedes-Benz Sosnowiec Sp. z o.o., Volkswagen Group Polska Sp. z o.o.) nie są instytucjami związanymi w jakikolwiek sposób z usługami finansowymi. Gaspol Sp. z o.o. w piśmie z dnia 26 października 2017 r. wskazał, że przedmiotem jego działalności jest obrót gazem płynnym, sprzedaż LNG, gazu ziemnego i energii elektrycznej. W związku z wezwaniem Prezesa UOKiK spółka Gaspol dowiedziała się, że jej nazwa została zamieszczona w regulaminie serwisu administrowanego przez NA2 i zapowiedziała, że skieruje do Spółki wezwanie do niezwłocznego jej wykreślenia z wykazu pożyczkodawców (*dowód: karty 222-223*).

Zgodnie z informacjami uzyskanymi w toku postępowania od podmiotów współpracujących ze spółką NA2, działalność Spółki w zakresie dotyczącym umożliwiania konsumentom składania wniosków kredytowych przyjmowała najczęściej postać zbliżoną do marketingu afiliacyjnego. Tego typu model współpracy pomiędzy przedsiębiorcami polega w

pierwszej kolejności na współdziałaniu dwóch podmiotów – reklamodawcy oraz właściciela sieci afiliacyjnej (zwanego również: „właścicielem sieci partnerskiej”). Właściciel sieci partnerskiej zrzeka wydawców (w tym NA2), którzy dysponują prawem do zagospodarowania przestrzeni reklamowej jednego lub kilku serwisów internetowych, na których to serwisach zamieszczane są informacje o ofercie produktowej reklamodawcy. Reklamodawcy (m.in. banki oraz instytucje pożyczkowe) przygotowują treści reklamowe - banery, widgety, linki lub formularze, które następnie są rozpowszechniane w ramach sieci afiliacyjnej.

Spółka czerpała korzyści finansowe dzięki połączeniom telefonicznym o podwyższonej opłacie niezbędnym do uzupełnienia tzw. wniosku potencjalnego pożyczkobiorcy oraz otrzymywała wynagrodzenie za działania marketingowe w ramach sieci afiliacyjnych (*dowód: załącznik nr 20 do pisma NA2 z 3.11.2017 r. – karty 502-505*).

Pismem z dnia 4 września 2019 r. Przedsiębiorca przedstawił rachunek zysków i strat za okres od 1.01.2018 r. do 31.12.2018 r. W 2018 roku NA2 osiągnęła obrót w wysokości [...] złotych, a w poprzednim roku obrotowym - 2017 r. Spółka osiągnęła obrót w wysokości [...] złotych (*dowód: karta 773*).

W piśmie z dnia 7 lutego 2020 r. Spółka przedstawiła rachunek zysków i strat za okres od 1.01.2019 r. do 31.12.2019 r., z którego wynika, że osiągnęła obrót w wysokości [...] złotych (*dowód: karta 977*). Ponadto, w odpowiedzi na wezwanie prezesa Urzędu, NA2 poinformowała, że obecnie nie podejmuje działań związanych z prowadzeniem serwisu internetowego www.szybka-pozyczka.com, czy z współpracą w ramach sieci afiliacyjnych, ani nie prowadzi innych stron internetowych, zawierających treści, które byłyby związane z branżą finansową np. z pożyczkami. Wskazano, że strona www.szybka-pozyczka.com aktualnie nie istnieje, a Spółka nie zajmuje się żadną działalnością związaną z prowadzeniem serwisów internetowych ani branżą finansową (*dowód: karta 976*).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Interes publiczny

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa UOKiK jest prowadzona w interesie publicznym. Prezes UOKiK podejmuje się ochrony interesów konsumentów wyłącznie w interesie publicznym tzn. wtedy, gdy daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach¹. Warunkiem koniecznym do uruchomienia instrumentów określonych w tej ustawie jest zatem zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorców naruszają jej przepisy i jednocześnie stanowią zagrożenie dla interesu publicznego, bądź też naruszają ten interes.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy mogą być narażeni na negatywne skutki praktyki stosowanej przez Spółkę. Przedsiębiorca w ramach swojej działalności gospodarczej prowadził stronę internetową, w treści której sugerował, że konsumenci mają możliwość otrzymania pożyczki od prywatnych inwestorów, podczas gdy przedmiotem świadczonych przez niego usług było gromadzenie danych osobowych

¹ Por. Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 stycznia 2009 r., sygn. akt XVII Ama 26/08.

konsumentów oraz przekazywanie ich do banków, instytucji pożyczkowych lub innych, wybranych podmiotów. Potencjalnie każdy zainteresowany otrzymaniem pożyczki konsument mógł zdecydować się na złożenie wniosku o udzielenie pożyczki poprzez stronę internetową www.szybka-pozyczka.com.

Działania Spółki nie dotyczyły interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieją zatem podstawy do oceny zachowania Spółki pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Naruszenie art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast art. 24 ust. 2 tej ustawy stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy.

W związku z powyższym dla uznania zachowania NA2 za niezgodne z zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów należy wykazać, że spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

1. kwestionowane zachowania są działaniami przedsiębiorcy,
2. zachowania te są sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami,
3. zachowania te godzą w zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik, taką praktykę stanowią w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez przedsiębiorcę rozumie się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2019 r. poz. 1292 ze zm.). Zgodnie z art. 196 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Przepisy wprowadzające ustawę - Prawo przedsiębiorców oraz inne ustawy dotyczące działalności gospodarczej (Dz.U. z 2018 r. poz. 650) do postępowań w sprawach przedsiębiorców wszczętych na podstawie przepisów dotychczasowych i niezakończonych przed dniem wejścia w życie ustawy Prawo przedsiębiorców tj. przed dniem 30 kwietnia 2018 r., stosuje się przepisy dotychczasowe. W świetle przepisów dotychczasowych, na podstawie których wszczęte zostało niniejsze postępowanie, to jest zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2017 r. poz. 2168 ze zm.) przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Działalnością gospodarczą, w myśl art. 2 ww. ustawy, jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

Stroną niniejszego postępowania jest podmiot prowadzący we własnym imieniu działalność gospodarczą, działający w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością wpisanej do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000529281. Tym samym Spółka posiada przyimoty przedsiębiorcy i przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, a jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

Przesłanka ta jest spełniona, gdy działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości rozumianej jako nieokreślona i nieograniczona grupa podmiotów, których nie da się zidentyfikować. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów.

Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07) wyjaśnił, że gramatyczna wykładnia pojęcia zbiorowy interes konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka skierowana jest do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Zdaniem Sądu, wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy uznał, że praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.

Dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego, konkretnego adresata. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może przy tym polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest tym samym konieczne, aby którykolwiek z konsumentów został dotknięty skutkami stosowanych przez przedsiębiorcę praktyk. Wystarczająca jest choćby potencjalna możliwość wystąpienia negatywnych skutków praktyki wobec nieograniczonej liczby konsumentów.

Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach

rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego warunków dokonywanych czynności na etapie przedkontraktowym oraz w czasie wykonywania umowy, czego urzeczywistnieniem jest m.in. abstrakcyjnie pojmowane prawo do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w komunikacji pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem.

W niniejszej sprawie potencjalnie wszyscy konsumenci, którzy chcieli zawrzeć umowę pożyczki przez Internet byli narażeni na działanie Przedsiębiorcy. Spółka w przyjętym modelu działalności wykorzystywała serwis internetowy, który miał umożliwiać konsumentom – jak wynikało z treści zamieszczanych w tym serwisie (w tym z treści regulaminu prowadzonej działalności) – uzyskanie tzw. pożyczki społecznościowej lub kredytu konsumenckiego w banku lub w instytucji pozabankowej.

Nie ulega wątpliwości, że kwestionowane praktyki przedsiębiorcy są dla konsumentów szkodliwe i godzą w ich chronione prawem interesy. W niniejszej sprawie Przedsiębiorca naruszył przede wszystkim prawo konsumentów do uzyskania rzetelnych, prawdziwych i pełnych informacji, naruszając tym samym prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Należy bowiem mieć na uwadze, że na skutek wykorzystywanego przez Przedsiębiorcę wprowadzającego w błąd przekazu wypływającego z serwisu internetowego szybka-pożyczka.com konsumenci mogli nie mieć świadomości i wiedzy na temat tego, jakim podmiotom zostaną przekazane ich dane, a tym samym, od jakich podmiotów będą mogli otrzymać pożyczkę. Praktyki wskazane w pkt I.1 oraz I,2 sentencji niniejszej decyzji – zdaniem Prezesa Urzędu – naruszają również majątkowy interes konsumentów. W celu uzupełnienia tzw. wniosku pożyczkowego konsumenci musieli połączyć się z infolinią o podwyższonej opłacie. Jak już wskazano w poprzedniej części decyzji, koszty takiego połączenia były znaczne. Dokonując połączenia z infolinią o podwyższonej opłacie, konsumenci działali będąc pod wpływem błędu co do charakteru i zakresu prowadzonej przez Spółkę działalności. Nie mogli mieć świadomości, że obsługiwany przez Spółkę serwis nie umożliwia uzyskania pożyczki prywatnej, a złożone wnioski pożyczkowe trafiają – w sposób pośredni – tylko do niektórych z wskazanych przez Spółkę podmiotów.

Stosowane przez Przedsiębiorcę praktyki polegające na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji ograniczają konsumentom możliwość podjęcia decyzji dotyczącej skorzystania z oferowanej przez Spółkę usługi przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest jej rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny.

Sprzeczność z prawem lub dobrymi obyczajami

Kolejną przesłanką, która musi być spełniona, aby było możliwe stwierdzenie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność działania przedsiębiorcy rozumiana jako sprzeczność działania z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa lub sprzeczność z dobrymi obyczajami. Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 ww. ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności: naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; nieuczciwe praktyki rynkowe lub

czynny nieuczciwej konkurencji; proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru. Zgodnie z art. 24 ust. 3 ww. ustawy nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

Jako „sprzeczne z prawem” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są m.in. czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa. Art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera również przykładowe wyliczenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wśród których znajduje się stosowanie przez przedsiębiorcę nieuczciwych praktyk rynkowych (art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów). Pojęcie nieuczciwych praktyk rynkowych zostało zdefiniowane w treści ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 2070 – zwanej dalej: upnpr). Nieuczciwe praktyki rynkowe są działaniami zakazanymi na podstawie upnpr, a zatem są praktykami sprzecznymi z prawem. Stosowanie przez przedsiębiorcę nieuczciwych praktyk rynkowych jest przedmiotem niniejszego postępowania.

Stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych

Zgodnie z art. 4 ust. 2 upnpr za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Praktykę rynkową wprowadzającą w błąd będzie zatem stanowiło takie aktywne zachowanie przedsiębiorcy, które doprowadzi do powstania u konsumenta mylnego wyobrażenia o rzeczywistości, które może doprowadzić do zniekształcenia jego zachowania rynkowego. Dla stwierdzenia występowania praktyki rynkowej nie będzie przy tym miało znaczenia czy faktycznie doszło do zniekształcenia procesu decyzyjnego konsumenta. Na gruncie art. 5 ust. 1 upnpr² relewantna jest bowiem sama możliwość podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której – przy braku praktyki przedsiębiorcy - by nie podjął. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1 upnpr).

Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 9 lutego 2011 r. podkreślił, że *interpretując pojęcie praktyki wprowadzającej w błąd należy stwierdzić, że jest to każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd „przeciętnego konsumenta”, do którego jest skierowana lub*

² Przez praktykę rynkową uznaje się działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

*dociera, i która ze względu na swoją zwodniczą naturę może zniekształcić jego zachowanie rynkowe*³.

Model przeciętnego konsumenta

Przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nakazują ocenę zachowania przedsiębiorcy w odniesieniu do przeciętnego konsumenta. Tym samym, aby móc uznać daną praktykę rynkową na nieuczciwą w rozumieniu art. 4 upnpr, konieczne jest ustalenie modelu przeciętnego konsumenta. Jednocześnie ustawa definiując pojęcie przeciętnego konsumenta nakazuje przez nie rozumieć konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny, przy czym oceny powyższych cech dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa (art. 2 pkt 8 upnpr). Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta dokonywana jest ocena „nieuczciwości” praktyki rynkowej stosowanej przez przedsiębiorcę.

Przeciętnego konsumenta należy rozumieć jako dostatecznie dobrze (przeciętnie) rozważnego i zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego produktu (usługi) informacji, przekazywanej w sposób niewprowadzający w błąd, a także do rzetelnego i uczciwego traktowania przez przedsiębiorcę. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech konsumenta (jego „przeciętność”) polegających na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna. Przeciętny konsument ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd.

Jak wynika z powyższej definicji przeciętnego konsumenta, ustawodawca wymaga od konsumenta rozsądku i uwagi, jednakże daje mu jednocześnie prawo do rzetelnej, niewprowadzającej w błąd informacji, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia produktu.

W stanie faktycznym sprawy, model przeciętnego konsumenta należy odnieść do grupy osób, do których Przedsiębiorca kieruje swoją ofertę, a zatem co do zasady do wszystkich osób zainteresowanych uzyskaniem kredytu konsumenckiego lub pożyczki prywatnej. Działania Przedsiębiorcy nie były zatem adresowane do szczególnej grupy konsumentów, brak jest bowiem podstaw do wyodrębniania cech wyróżniających osoby mogące być stroną umowy o kredyt lub pożyczkę. Model przeciętnego konsumenta w niniejszym postępowaniu należy zatem stworzyć bez odniesienia do przynależności do szczególnej grupy konsumentów. Jednocześnie zauważyć trzeba, że taki konsument jest dostatecznie zorientowany, uważny i ostrożny. Posiada ogólny zasób wiedzy, jednakże nie można uznać, iż jest to wiedza kompletna i w pełni profesjonalna. Przeciętny konsument nie będzie posiadał wszelkich informacji o

³ Por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 9 lutego 2011 r., sygn. akt VI ACa 694/10.

zasadach związanych z działalnością pożyczkodawców, w szczególności na rynku pozabankowym. Nie ulega jednak wątpliwości, iż oferta NA2 kierowana była w szczególności do konsumentów zainteresowanych szybkim uzyskaniem pożyczki, w tym w sektorze pozabankowym oraz w ramach tzw. pożyczek społecznościowych.

Wśród osób zainteresowanych ofertą Spółki mogły być zatem osoby o obniżonej zdolności kredytowej, które mogły nie mieć możliwości uzyskania kredytów w instytucjach bankowych i poszukiwały środków na sfinansowanie swoich wydatków w innych źródłach m. in. w sektorze pozabankowym. Grupę tę obejmują również osoby znajdujące się w trudnej sytuacji finansowej, które są skłonne zawrzeć umowę pożyczki nawet na niekorzystnych dla nich warunkach. Przeciętny konsument miał przy tym słuszne prawo założyć, iż podmiot który reklamuje swoje usługi faktycznie je świadczy, a przekazywanych przez Spółkę informacji nie mógł traktować jako nieprawdziwych lub nierealnych. Działając w zaufaniu do profesjonalistów funkcjonujących na rynku usług pożyczkowych, opierał się na informacjach przekazywanych w komunikatach zawartych na stronie internetowej Przedsiębiorcy, w tym również w treści publikowanych regulaminów.

Ocena praktyki, o której mowa w punkcie I.1 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji

Zgodnie z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Stosownie do art. 5 ust. 1 ww. ustawy praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1).

Wprowadzające w błąd działanie, o którym mowa w art. 5 ust. 1 upnpr polegało, w zakresie opisanym w pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji, na wprowadzającym w błąd przekazywaniu nieprawdziwych informacji sugerujących, że konsumenci korzystając ze strony www.szybka-pozyczka.com mogą skorzystać z ofert pożyczek pochodzących od osób fizycznych – tzw. „inwestorów”, podczas gdy przedmiotem usług świadczonych przez Spółkę jest gromadzenie danych osobowych potencjalnych kredytobiorców oraz przekazywanie ich do banków lub instytucji pożyczkowych.

Art. 5 ust. 4 upnpr stanowi, że przy ocenie czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.

W ocenie Prezesa Urzędu, Przedsiębiorca mógł wywoływać u konsumentów mylne przekonanie, że mogą oni, poprzez prowadzoną przez niego stronę internetową, otrzymać pożyczkę od osoby fizycznej - tzw. prywatnego inwestora, jako pożyczkę społecznościową. Pożyczki społecznościowe polegają na udzielaniu pożyczek, zasadniczo w niewielkich kwotach, między osobami, wśród których jedna zainteresowana jest zainwestowaniem środków pieniężnych (pożyczkodawca, inwestor), a druga pozyskaniem najczęściej krótkoterminowego kapitału z zewnętrznych źródeł (pożyczkobiorca, beneficjent). Transakcje odbywają się za pośrednictwem serwisów internetowych bez uczestnictwa instytucji finansowych. Świadczenie inwestora na rzecz beneficjenta ma charakter zwrotny, tj. beneficjent zobowiązany jest do

zwrotu środków przekazanych przez inwestora wraz z deklarowaną kwotą odsetek. W praktyce stosowane są różne modele pożyczek społecznościowych. Model, w którym operator platformy internetowej nie pośredniczy w przekazywaniu środków (model ten jest najbardziej zbliżony do sposobu działania deklarowanego przez NA2), zakłada bezpośrednie kojarzenie pożyczkobiorców z pożyczkodawcami w taki sposób, że pożyczkobiorca, za pośrednictwem platformy internetowej P2P lending, w pierwszej kolejności oświadcza, jakiego rodzaju pożyczką jest zainteresowany, to jest określa podstawowe parametry umowy pożyczki, jaką chciałby zawrzeć, takie jak: kwota nominalna, okres finansowania, cel pożyczki oraz oferowane wynagrodzenie dla pożyczkodawcy. Operator platformy P2P lending umożliwia uzyskanie dostępu do zgłoszonego przez potencjalnego pożyczkobiorcę zapotrzebowania na kapitał potencjalnym pożyczkodawcom. W ten sposób operator platformy P2P lending umożliwia pożyczkobiorcy otrzymanie ofert od jednego lub większej liczby potencjalnych pożyczkodawców. Pożyczkodawca otrzymuje drogą elektroniczną informację odnośnie danych osobowych pożyczkobiorcy oraz informację, na jaki (uprzednio zweryfikowany przez platformę) rachunek bankowy pożyczkobiorcy powinny zostać przekazane środki finansowe. Przelew wykonywany jest samodzielnie przez pożyczkodawcę ze swojego rachunku bankowego na przekazany pożyczkodawcy przez platformę P2P lending numer rachunku bankowego pożyczkobiorcy.⁴

Pomimo deklaracji Spółki, jej faktyczna działalność nie odpowiadała opisanemu wyżej modelowi. Opierała się na zaś pozyskiwaniu danych osobowych potencjalnych pożyczkobiorców oraz przekazywaniu ich w sposób pośredni – także poprzez sieć afiliacyjną – do banków lub instytucji pożyczkowych w celu umożliwienia tym podmiotom skierowania do użytkowników ofert zwracania umowy kredytu konsumenckiego, a także pobieraniu wysokich opłat za połączenie telefoniczne, podczas którego prowadzono weryfikację wniosku złożonego za pośrednictwem www.szybka-pozyczka.com.

Przedsiębiorca czerpał korzyści finansowe z opłat za połączenia telefoniczne o podwyższonej opłacie, niezbędne do uzupełnienia tzw. wniosku potencjalnego pożyczkobiorcy oraz otrzymywał wynagrodzenie za działania marketingowe w ramach sieci afiliacyjnych.

Na podstawie zebranego materiału dowodowego Prezes Urzędu ustalił, że NA2 nie współpracuje bezpośrednio z bankami i instytucjami pożyczkowymi. Stosowne umowy wiążą Spółkę jedynie z podmiotami prowadzącymi sieci partnerskie (afiliacyjne).

Spółka kreowała u konsumentów błędny obraz rzeczywistości poprzez sugerowanie, że serwis www.szybka-pozyczka.com umożliwia otrzymanie pożyczki od prywatnego inwestora. Fragment strony internetowej określony jako FAQ, czyli pytania i odpowiedzi pożyczkobiorców, informuje konsumentów, że *„szybka-pozyczka.com to internetowa platforma, za pośrednictwem której inwestorzy mogą sfinansować projekty pożyczkowe pożyczkobiorców. (...) Każda pożyczka finansowana jest przez osoby prywatne – inwestorów.”*

Konsumenci mogli zatem zainteresować się ofertą przedstawioną w serwisie z uwagi na chęć uzyskania pożyczki od podmiotów prywatnych. Zacytowane wyżej fragmenty komunikatów dla konsumentów wskazują wręcz, iż głównym przedmiotem działalności NA2

⁴ Raport z prac Zespołu roboczego ds. rozwoju innowacji finansowych (FinTech), KNF, Warszawa – listopad 2017 r. https://www.knf.gov.pl/knf/pl/komponenty/img/Raport_KNF_11_2017_60290.pdf

jest umożliwianie potencjalnym pożyczkobiorcom i inwestorom prywatnym (pożyczkodawcom) wzajemnego kontaktu poprzez prowadzoną stronę internetową, a w konsekwencji – umożliwianie otrzymania tzw. pożyczek społecznościowych. Informacje te były podawane zarówno bezpośrednio w treści strony internetowej, jak i w dokumentach, do których odnośniki umieszczone były na poszczególnych podstronach wyświetlanych w procesie składania wniosku pożyczkowego⁵. W treści Regulaminu obowiązującego od dnia 10 lutego 2017 r. zawarto informację, że usługodawca świadczy usługi polegające m.in. na *przekazywaniu zapytań i wniosków o pożyczkę złożonych przez Użytkownika do następujących potencjalnych Pożyczkodawców: indywidualni inwestorzy (...)*⁶.

Konsument wnioskujący o pożyczkę miał zatem wszelkie podstawy do przyjęcia, że złożony prze niego wniosek trafi w pierwszej kolejności do osób indywidualnych potencjalnie zainteresowanych udzieleniem pożyczki prywatnej. Nawet w sytuacji zapoznania się przez konsumenta z Regulaminem w treści obowiązującej przed dniem 10 lutego 2017 r. – gdzie wśród podmiotów, do których przekazywane są wnioski o pożyczkę, nie wymieniono inwestorów indywidualnych – nie miał on podstaw przypuszczać, że brak wskazania inwestorów prywatnych w Regulaminie może przeczyć jednoznacznym zapewnieniom Spółki przekazywanym w innych komunikatach, a same zapewnienia nie mają pokrycia w rzeczywistości.

Wobec powyższego użytkownicy wypełniali wniosek o pożyczkę, następnie weryfikowali i uzupełniali go podczas rozmowy telefonicznej z konsultantem, a w konsekwencji ponosili z tego tytułu bezzwrotne koszty. Bazując na informacjach przekazywanych przez NA2, konsumenci korzystający z usług serwisu NA2 składali wnioski pożyczkowe przede wszystkim mając na celu uzyskanie prywatnych pożyczek. Serwis internetowy szybka-pożyczka.com miał bowiem bezpośrednio umożliwiać skojarzenie prywatnych pożyczkodawców i pożyczkobiorców.

Tymczasem, jak wskazują dokonane ustalenia, przedmiotem działalności Spółki, wbrew jednoznacznym zapewnieniom w komunikatach kierowanych do konsumentów, nie było kojarzenie prywatnych pożyczkodawców i pożyczkobiorców, a Spółka w rzeczywistości nie przekazywała danych pożyczkodawców do potencjalnych „inwestorów” indywidualnych. Również zaprojektowana platforma internetowa nie miała właściwości, które umożliwiały kontakt zainteresowanych stron.

Spółka, w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu, wprost wskazała, że na jej usługę składa się pozyskanie oferty konsumenta oraz udostępnienie jej firmie pożyczkowej. Pomimo reklamowania usługi jako możliwości skorzystania z rzekomej „pożyczki społecznościowej”, Spółka w rzeczywistości gromadziła zatem dane osobowe konsumentów w celu przekazania ich partnerom afiliacyjnym, w tym pośrednio niektórym instytucjom pożyczkowym. Nie ulega wątpliwości, że konsumenci, gdyby zostali w sposób prawidłowy poinformowani po wejściu

⁵ Złożenie wniosku pożyczkowego wymagało zaznaczenia oświadczenia o zapoznaniu się z Regulaminem, do którego odnośnik zamieszczony został w treści oświadczenia.

⁶ Należy jednocześnie zwrócić uwagę, że ta kategoria odbiorców zapytań i wniosków o pożyczkę została dodana do Regulaminu na etapie postępowania wyjaśniającego prowadzonego przez Prezesa Urzędu. Na dzień 23 listopada 2016 r. w treści regulaminu serwisu nie znajdowała się informacja o tym, by wnioski użytkowników były przekazywane innym podmiotom niż profesjonalne. Spółka w toku postępowania wyjaśniającego zmieniła regulamin poprzez uzupełnienie jednego z postanowień regulaminu - dodając sformułowanie, które stanowi, że wśród podmiotów, do których przekazywane są wnioski i zapytania o pożyczkę, są także „indywidualni inwestorzy, których danych osobowych Usługodawca nie gromadzi”

na stronę www.szybka-pozyczka.com o tym, jaki jest charakter działalności serwisu oraz komu przekazywane są wnioski pożyczkowe, mogliby nie zdecydować się na skorzystanie z usług Spółki.

Pomimo kilkukrotnych wezwań Spółka nie była w stanie przekazać jednoznacznych i udokumentowanych informacji dotyczących organizacji sposobu skutecznego przekazywania informacji pomiędzy pożyczkobiorcami, a „inwestorami”, ani wykazać przekazywania danych dotyczących pożyczkobiorców ww. inwestorom. Nie była też w stanie przekazać danych dotyczących „inwestorów”, jak również liczby wniosków pożyczkowych przekazanych „inwestorom”. W wyjaśnieniach Spółka poinformowała, że nie prowadzi rejestru osób fizycznych – „inwestorów”, którym przekazywane są wnioski pożyczkowe użytkowników strony. Nie wskazała przy tym żadnego wiarygodnego uzasadnienia braku przekazania ww. informacji. Przeciwnie, przekazywane przez Spółkę informacje były lakoniczne, a niejednokrotnie wzajemnie sprzeczne. W jednym z pism Spółka informowała, że wnioski pożyczkodawców przekazuje „inwestorom” prywatnym w korespondencji email, w późniejszym piśmie wyjaśniała zaś, że „inwestorzy” zapoznają się z ofertami potencjalnych pożyczkobiorców na stronie www.oferty-pozyczkowe.szybka-pozyczka.com, twierdząc jednocześnie, że na jej usługę składa się wyłącznie pozyskanie oferty konsumenta oraz udostępnienie jej firmie pożyczkowej. Należy też zwrócić uwagę, że wskazana strona internetowa dla „inwestorów” była niedostępna dla potencjalnego zainteresowanego bez uprzedniej znajomości jej dokładnego adresu, nie dawała też możliwości nawiązania kontaktu z pożyczkobiorcą.

Prezes Urzędu nie dał wiary wyjaśnieniom Spółki, jakoby udokumentowanie przez Spółkę korespondencji elektronicznej wysyłanej rzekomo „inwestorom” indywidualnym nie było możliwe ze względu na brak „archiwizowania maili”. Korespondencja elektroniczna (przychodząca, wychodząca) co do zasady archiwizuje (zapisuje) się w programach pocztowych (stosowanych lokalnie przez użytkownika lub przez usługodawcę zewnętrznego) automatycznie, a jej trwałe usunięcie wymaga od użytkownika aktywnego działania. Przedsiębiorca nie wykazał przy tym, aby istniały inne okoliczności, których zaistnienie mogłoby spowodować utratę danych z nośników elektronicznych. Nadto należy zwrócić uwagę, iż profesjonalista działający na rynku pożyczek konsumenckich i administrujący danymi osobowymi konsumentów powinien ze względu na charakter prowadzonej działalności i ze względu na wymogi prawne dysponować danymi podmiotów, do których te dane są przekazywane.⁷

Powyższe okoliczności wskazują, że Spółka w rzeczywistości nie przekazywała danych pożyczkobiorców do potencjalnych „inwestorów” prywatnych i nie stworzyła nawet skutecznych mechanizmów potencjalnie umożliwiających kontakt pomiędzy pożyczkobiorcą a „inwestorem”. Spółka nie była w stanie udowodnić, że za pośrednictwem prowadzonego przez nią serwisu internetowego konsumenci rzeczywiście mogli uzyskać pożyczkę od prywatnych inwestorów.

⁷ Zgodnie z art. 19 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. (Dz. Urz. UE z dnia 4 maja 2016 r., L 119/1), administrator danych ma obowiązek powiadomić wszystkich odbiorców danych o żądaniu osoby, której dane dotyczą usunięcia, sprostowania lub ograniczenia przetwarzania. Poprawne zrealizowanie tych obowiązków wymaga posiadania wiedzy, kto jest odbiorcą danych w rozumieniu RODO. Analogiczne obowiązki wynikały z przepisów obowiązującej wcześniej ustawy z 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U. z 2016 r., poz. 922) – por. art. 35 ust. 3 ustawy.

W ocenie Prezesa Urzędu powyższe wyraźnie wskazuje, że przekazywane przez NA2 informacje o możliwości uzyskania za pośrednictwem serwisu pożyczki od osób prywatnych były nieprawdziwe, a wnioski użytkowników były przekazywane pośrednio wyłącznie niektórym podmiotom profesjonalnym w ramach działania Spółki w sieciach afiliacyjnych. Stosownie do przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów to na przedsiębiorcy (stronie postępowania) spoczywa obowiązek udowodnienia, że praktyka została w pełni zaniechana. W toku postępowania Przedsiębiorca oświadczył, że aktualnie nie podejmuje działań związanych z prowadzeniem serwisu internetowego www.szybka-pozyczka.com oraz nie współpracuje w ramach sieci afiliacyjnych, ani nie prowadzi innych stron, zawierających treści, które byłyby związane z branżą finansową np. z pożyczkami. W konsekwencji przyjęto, że Przedsiębiorca zaniechał z dniem 7 lutego 2020 r. (data sporządzenia pisma) opisanej w pkt I.1 sentencji praktyki.

W kontekście wyżej wskazanych okoliczności, Prezes Urzędu uznał, że Przedsiębiorca dopuszczał się nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej konsumentów w błąd z art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w związku z art. 4 ust. 2 upnpr, a tym samym naruszał art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 uokik.

Uwzględniając wskazane okoliczności, na podstawie art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 1 uokik orzeczono jak w pkt I.1 sentencji.

Ocena praktyki, o której mowa w punkcie I.2 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji

W ocenie Prezesa Urzędu Przedsiębiorca dopuszczał się nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej konsumentów w błąd, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 upnpr, co zostało omówione poniżej.

Prezes Urzędu zakwestionował praktykę stosowaną przez Przedsiębiorcę, wprowadzającą konsumentów w błąd poprzez sugerowanie w treści Regulaminu świadczenia usług serwisu szybka-pozyczka.com, iż wnioski kredytowe konsumentów będą przekazywane wszystkim współpracującym ze Spółką podmiotom (wymienionym w Regulaminie), podczas gdy wnioski te, wraz z danymi osobowymi potencjalnych kredytobiorców, przekazywane były tylko niektórym kredytodawcom.

Należy wyjaśnić, że oprócz wprowadzania w błąd konsumentów co do rzekomego udostępniania zapytań pożyczkowych osobom fizycznym, treść regulaminu stanowiła, że Usługodawca tj. Spółka NA2 świadczy za pośrednictwem serwisu usługi drogą elektroniczną polegające na przekazywaniu zapytań i wniosków o pożyczkę do wymienionych potencjalnych pożyczkodawców. Opis usługi był jednak sprzeczny z informacjami, które zostały przekazane Prezesowi Urzędu przez podmioty współpracujące ze Spółką w ramach sieci afiliacyjnych oraz banki i instytucje pożyczkowe, które zostały wezwane do udzielenia odpowiedzi dotyczącej współpracy z NA2. W odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu, większość wymienionych w regulaminie banków i innych podmiotów wyjaśniła, iż nigdy nie otrzymywała od NA2 zapytań pożyczkowych ani danych osobowych potencjalnych pożyczkobiorców.

Na podstawie wyjaśnień złożonych m.in. przez [...] S.A. oraz [...] S.A., [...] S.A., Prezes Urzędu ustalił, że działalność NA2 miała formę zbliżoną do modelu marketingu afiliacyjnego. W ramach programu partnerskiego rolą Spółki powinno być głównie publikowanie odnośników do formularzy kontaktowych, materiałów i banerów reklamowych, przygotowanych przez reklamodawców (np. przez [...] S.A.), które przekierowują do

docelowej strony internetowej np. banku i dopiero w tym miejscu konsument może przekazać swoje dane bezpośrednio do konkretnego podmiotu.

Program partnerski w ramach sieci afiliacyjnej to jedno z narzędzi marketingu internetowego, które umożliwia reklamodawcy dotarcie z własnym produktem/usługą do nowych klientów. Sieć afiliacyjna jest pośrednikiem pomiędzy reklamodawcą (w tym przypadku np. bankiem czy instytucją pożyczkową), a podmiotami (wydawcami/partnerami – np. NA2) prowadzącymi swoje bazy mailingowe lub strony internetowe, na których ta reklama mogłaby zostać zamieszczona.

W programie partnerskim ustalane są modele wynagrodzeń dla wydawców za wygenerowanie konkretnego efektu np. przekierowanie użytkowników na stronę docelową. Wyróżnia się między innymi następujące modele rozliczeń:

- CPC (cost per click) – płatność za każde kliknięcie i przekierowanie użytkownika na stronę internetową z reklamowanym produktem,
- CPS (cost per sale) – prowizja od wartości sprzedaży usługi lub produktu,
- CPL (cost per lead) – stała prowizja za tzw. lead np. wypełniony przez użytkownika formularz kontaktowy lub zapisanie się na newsletter.

[...] S.A. wyjaśnił, że zgodnie z wiedzą i polityką banku, NA2 powinna zostać wykluczona ze współpracy w ramach sieci afiliacyjnej z uwagi na wykorzystywanie tzw. multif formularzy – co oznacza, że Spółka zbiera dane od klientów nie wskazując konkretnego podmiotu, któremu te dane zostaną przekazane.

Treść Regulaminu świadczenia usług serwisu szybka-pożyczka.com sugerowała konsumentowi, iż po złożeniu wniosku o pożyczkę jego dane przekazywane są do wszystkich wymienionych potencjalnych pożyczkodawców (§3 pkt 3 lit. B oraz §14 pkt 1 Regulaminu). Zdaniem Prezesa Urzędu konsument na podstawie treści regulaminu strony internetowej mógł przyjąć, że usługa świadczona przez NA2 polega na przekazaniu jego danych do wszystkich enumeratywnie wymienionych podmiotów. Użytkownik mógł zatem spodziewać się, że każdy z wymienionych potencjalnych pożyczkodawców dokona co najmniej wstępnej analizy zapytania pożyczkowego. Taka usługa mogłaby być korzystna dla konsumenta, gdyż nie musiałby on samodzielnie kontaktować się z wieloma podmiotami i wyrażać zainteresowania zawarciem umowy o pożyczkę. Tymczasem Spółka przekazywała dane osobowe konsumentów jedynie do wybranych podmiotów. W praktyce wybór ten był zależny od kampanii reklamowej, w której Przedsiębiorca aktualnie uczestniczył (tzn. od możliwości otrzymania wynagrodzenia za przekazany lead).

Model prowadzenia działalności gospodarczej NA2 był odmienny niż informacje zawarte w regulaminie. Jak wynika z postanowień regulaminu, w ramach oferowanej usługi, Spółka NA2 weryfikowała prawdziwość danych osobowych i informacji przekazanych przez użytkowników serwisu, a następnie przekazywała wniosek pożyczkowy konsumenta do potencjalnych pożyczkodawców. Natomiast w rzeczywistości podmioty te nie potwierdziły współpracy ze Spółką oraz podkreślają, że nie otrzymywały od niej wniosków pożyczkowych i danych osobowych konsumentów. Spółka nie współpracuje bezpośrednio z bankami i instytucjami pożyczkowymi.

Konsument, który zapoznał się z treścią regulaminu, chcąc zawrzeć umowę o pożyczkę z jedną z wymienionych w regulaminie instytucji lub licząc na to, że jego oferta zostanie skierowana do wielu różnych podmiotów, mógł podjąć decyzję o wypełnieniu wniosku o pożyczkę oraz kolejno skontaktować się z konsultantem infolinii (o podwyższonej opłacie) w celu uzupełnienia i weryfikacji swoich danych. Należy dodatkowo nadmienić, że większość wymienionych w regulaminie podmiotów to znane banki, które kojarzą się konsumentami z instytucjami bezpiecznymi, stabilnymi i godnymi zaufania, co równocześnie może przekładać się na wzrost poziomu zaufania dla Spółki, jako rzekomego kontrahenta tych banków. W związku z powyższym konsument mógłby nie podjąć decyzji o skorzystaniu z usług Spółki, gdyby został w jasny sposób poinformowany, że NA2 przekazuje zapytania pożyczkowe jedynie do niektórych z wymienionych w regulaminie serwisu pożyczkodawców - pośrednio - poprzez działania marketingowe w sieci afiliacyjnej.

Wobec powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, NA2 wprowadzała konsumentów w błąd co do zakresu świadczonej przez siebie usługi poprzez sugerowanie, iż przekazuje wypełnione wnioski kredytowe wszystkim wskazanym w Regulaminie podmiotom, podczas gdy dokonywała tego wyłącznie w odniesieniu do niektórych z nich.

Stosownie do przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów to na przedsiębiorcy (stronie postępowania) spoczywa obowiązek udowodnienia, że praktyka została w pełni zaniechana. W toku postępowania Przedsiębiorca oświadczył, że aktualnie nie podejmuje działań związanych z prowadzeniem serwisu internetowego www.szybka-pożyczka.com oraz nie współpracuje w ramach sieci afiliacyjnych, ani nie prowadzi innych stron, zawierających treści, które byłyby związane z branżą finansową np. z pożyczkami. W konsekwencji przyjęto, że Przedsiębiorca zaniechał z dniem 7 lutego 2020 r. (data sporządzenia pisma) opisanej w pkt I.2 sentencji praktyki.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a przez praktykę taką rozumie się sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, godzące w te interesy m.in. nieuczciwe praktyki rynkowe. W kontekście wyżej wskazanych okoliczności Prezes Urzędu uznał, że zachowanie będące przedmiotem drugiego z postawionych Spółce zarzutów wyczerpuje znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej, godzącej w interesy konsumentów, a zatem narusza zakaz określony w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Uwzględniając wskazane okoliczności, na podstawie art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 1 uokik orzeczono jak w pkt I.2 sentencji.

Nalożenie przez Prezesa Urzędu kary pieniężnej (pkt II rozstrzygnięcia decyzji)

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy. Art. 106 ust. 3 ww. ustawy, wskazując sposób obliczania obrotu, przewiduje m.in. w pkt 3, że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat – w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości. Art. 106 ust. 5 ustawy stanowi przy tym, że w przypadku gdy przedsiębiorca

w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1 uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary. Z kolei art. 106 ust. 6 ustawy przewiduje, że w przypadku, gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro.

Z informacji przekazanych przez Spółkę wynika, że jej obrót w 2019 r. wyniósł [...] zł, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2019 r., tj. 4,2585, stanowi [...] EUR (stosownie do art. 5 uokik, przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok nałożenia kary). Obrót Spółki w 2019 r. jest więc niższy niż 100.000 euro, co uzasadnia zastosowanie przy nałożeniu na Spółkę kary pieniężnej art. 106 ust. 5 ustawy, mającego zastosowanie wówczas, gdy obrót przedsiębiorcy nie przekracza wartości 100.000 euro. Mając powyższe na uwadze należy wskazać, że obrót Spółki w 2018 r. wyniósł [...] zł, w 2017 r. obrót wyniósł [...] zł. Średni obrót w kolejnych trzech latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary wynosi [...] zł.

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 ustawy, ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu. Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ustawy te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy).

Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

Zdaniem Prezesa Urzędu, okoliczności niniejszej sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Spółce praktyk i ich możliwe negatywne skutki w sferze pozaekonomicznych i ekonomicznych interesów konsumentów, wskazują na celowość zastosowania wobec Spółki tego środka represji.

Ustalenie wysokości kary w przedmiotowej sprawie w odniesieniu do każdej z praktyk wskazanych w pkt I rozstrzygnięcia decyzji miało charakter wieloetapowy, co spowodowane było zaistnieniem w postępowaniu okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu każdorazowo w pierwszej kolejności dokonywał oceny wagi stwierdzonej praktyki i na tej podstawie ustalał kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary – dokonywał gradacji ustalonej kwoty bazowej.

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określona w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji

W pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu uznał działanie Spółki za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechania jej stosowania. Działanie to polegało na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do charakteru świadczonych usług poprzez sugerowanie, że w ramach strony internetowej szybka-pozyczka.com, konsumenci mogą skorzystać z ofert pożyczek pochodzących od osób fizycznych - tzw. inwestorów, podczas gdy przedmiotem usług świadczonych przez Spółkę jest gromadzenie danych osobowych potencjalnych kredytobiorców oraz przekazywanie ich do banków lub instytucji pożyczkowych, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym i tym samym godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Nakładając kary pieniężne na przedsiębiorców, Prezes Urzędu bierze pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślnie czy też nieumyślnie. Zgodnie z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów kara pieniężna może być nałożona, gdy do naruszenia przepisów tej ustawy doszło choćby nieumyślnie. W świetle obowiązujących przepisów prawa, stwierdzenie nawet nieumyślnego naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów daje zatem podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

W ocenie Prezesa Urzędu, konstrukcja strony internetowej administrowanej przez Spółkę odnosząca się do możliwości uzyskania pożyczki od osób fizycznych tzw. inwestorów nie była dziełem przypadku, ani też efektem przypadkowych, niezamierzonych działań. Wręcz przeciwnie – struktura graficzna i treść strony internetowej została specjalnie opracowana w sposób, który wprowadzał konsumentów w błąd co do charakteru świadczonej usługi. W ocenie Prezesa Urzędu ww. strona internetowa została stworzona przez Przedsiębiorcę w sposób celowy, konsekwentny i przemyślany – tak, aby poprzez wprowadzenie konsumentów w błąd, skłonić jak największą liczbę konsumentów do przekazania swoich danych osobowych i połączenia się z infolinią (o podwyższonej opłacie za minutę rozmowy). Należy podkreślić, że przedsiębiorca nie miał zamiaru świadczyć usług pośrednictwa w udzieleniu pożyczek – celem jego działalności było gromadzenie danych konsumentów i przekazywanie ich pośrednio, w ramach marketingu afiliacyjnego (lub ewentualnie w inny sposób), do banków i instytucji pożyczkowych. Treść strony internetowej wskazywała jednak wprost na możliwość otrzymania pożyczki od prywatnego inwestora. Jednocześnie Przedsiębiorca zaprojektował procedurę weryfikacyjną, wymagającą wykonania przez konsumenta połączenia telefonicznego o

podwyższonej opłacie. Koszty związane z tym opłatami składały się na dodatkowy przychód Spółki.

W związku z powyższym, ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje na umyślne naruszenie przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy. Umyślność została wymieniona w art. 111 ust. 4 pkt d w zw. z ust. 2 uokik jako okoliczność obciążająca, którą należy uwzględnić ustalając wysokość kary pieniężnej. W związku z tym okoliczność ta nie zostanie uwzględniona przy obliczaniu kwoty bazowej, zostanie natomiast uwzględniona jako okoliczność obciążająca, co będzie wskazane w dalszej części decyzji, gdyż jedna okoliczność nie może być podstawą dwóch różnych obostrzeń kary.

Ustalenie wymiaru kary pieniężnej ma charakter wieloetapowy. Ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej należy uwzględnić w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy, uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia. Na tej podstawie ustalona zostaje kwota bazowa. W dalszej kolejności należy rozważyć, czy w sprawie występują okoliczności obciążające i łagodzące oraz jaki powinny mieć wpływ na wysokość kary.

Stopień naruszenia przez przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest zdaniem Prezesa Urzędu znaczny. Kwestionowana praktyka ujawnia się na etapie przedkontraktowym. Przedsiębiorca przekazuje konsumentom chcącym zawrzeć umowy pożyczki informacje na temat możliwości jej otrzymania od prywatnych inwestorów, podczas gdy w rzeczywistości Przedsiębiorca, działając w sieci afiliacyjnej, pośrednio przekazuje dane tych konsumentów do różnych podmiotów – w tym banków i instytucji pożyczkowych.

Dokonując oceny wagi naruszenia, Prezes Urzędu uwzględnił okoliczność, że w niniejszej sprawie skutkiem działania przedsiębiorcy było pośrednio wpływanie na majątkowe interesy konsumentów. Konsumenty, chcąc uzyskać pomoc w otrzymaniu pożyczki od osób prywatnych, przekazywali Przedsiębiorcy szczególnie wrażliwe dane osobowe i wykonywali połączenia telefoniczne w celu uzupełnienia wniosku pożyczkowego. Koszt połączenia, które należało wykonać był wysoki – 7,60 złotych brutto za każdą rozpoczętą minutę połączenia, więc koszt połączenia trwającego średnio [...] minut wynosił ok. [...] zł. Konsumenty, którzy zdecydowali się na dokonanie tych połączeń, mogli być często osobami, które uprzednio nie otrzymały kredytów bezpośrednio od banku lub innej instytucji finansowej. Może to oznaczać, że sytuacja finansowa takich osób była trudna. Licząc, że otrzymają oni doraźną pomoc finansową od inwestora prywatnego, dodatkowo zostali obciążeni pobieranymi przez przedsiębiorcę opłatami.

Prezes Urzędu wziął również pod uwagę fakt, że praktyka ta ma charakter długotrwały. Serwis internetowy Przedsiębiorcy – szybka-pożyczka.com – funkcjonował co najmniej od 2016 r. do 7 lutego 2020 r. (jako datę końcową przyjęto datę pisma Przedsiębiorcy zawierającego oświadczenie o zaprzestaniu działalności podlegającej ocenie w niniejszym postępowaniu). Długotrwały okres stosowania praktyki wskazuje na możliwość naruszenia interesów większej liczby konsumentów, niż w przypadku, gdy praktyka jest krótkotrwała, co podwyższa stopień jej uciążliwości i wpływa na ustalenie kwoty bazowej kary pieniężnej na wyższym poziomie.

W oparciu o średni obrót osiągnięty przez Przedsiębiorcę, ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [...] % obrotu, czyli na poziomie 37 376,11 zł.

Prezes Urzędu stwierdził, że w niniejszej sprawie występują dwie okoliczności obciążające oraz jedna łagodząca.

Prezes Urzędu, ustalając karę pieniężną, wziął pod uwagę jako okoliczność obciążającą znaczny zasięg terytorialny naruszenia. Spółka działała za pośrednictwem sieci Internet – oznacza to, że mogła dotrzeć ze swoją ofertą do bardzo dużej liczby konsumentów zamieszkujących teren całego kraju. Wystąpienie tej okoliczności spowodowało zwiększenie wysokości kwoty bazowej kary pieniężnej o 20%. Druga z okoliczności obciążających jaka wystąpiła w niniejszej sprawie to umyślność naruszenia. Okoliczność ta spowodowała podwyższenie wymiaru kary pieniężnej o 50%.

Prezes Urzędu, w przypadku zarzuconej praktyki nie uwzględnił jako okoliczności łagodzącej faktu zaniechania jej stosowania, ponieważ zaniechanie to wynikało jedynie z zaprzestania czynnego prowadzenia działalności w zakresie serwisów internetowych i usług powiązanych z rynkiem finansowym.

Wobec powyższego wysokość kary pieniężnej zwiększono finalnie o 70% do kwoty 63 539,39 zł.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 uokik w zakresie opisanym w punkcie I.1 sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 63 539 zł (po zaokrągleniu do pełnego złotego), co stanowi [...] % obrotu oraz [...] % maksymalnego wymiaru kary.

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określona w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji

W pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu uznał działanie Spółki za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania. Działanie to polegało na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do zakresu świadczonych przez Spółkę usług, poprzez sugerowanie w treści dostępnego na stronie szybka-pozyczka.com „Regulaminu świadczenia usług serwisu szybka-pozyczka.com”, iż wnioski kredytowe konsumentów będą przekazywane wszystkim, współpracującym z nią podmiotom (wymienionym w Regulaminie), podczas gdy wnioski te, wraz z danymi osobowymi potencjalnych kredytobiorców, przekazywane są tylko niektórym kredytodawcom, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową opisaną w treści art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym i godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Nakładając kary pieniężne na przedsiębiorców, Prezes Urzędu bierze pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślnie czy też nieumyślnie. Zgodnie z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów kara pieniężna może być nałożona, gdy do naruszenia przepisów tej ustawy doszło choćby nieumyślnie. W świetle obowiązujących przepisów prawa, stwierdzenie nawet nieumyślnego naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów daje zatem podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

Rozważania dotyczące umyślności działania Spółki przytoczone w odniesieniu do zarzutu określonego w pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji, mają również zastosowanie do oceny praktyki określonej w pkt I.2. Jak już wskazano wyżej, w ocenie Prezesa Urzędu ww. strona

internetowa została stworzona przez Przedsiębiorcę w sposób celowy, konsekwentny i przemyślany – tak, aby poprzez wprowadzenie konsumentów w błąd, skłonić jak największą liczbę konsumentów do przekazania swoich danych osobowych i połączenia się z infolinią (o podwyższonej opłacie za minutę rozmowy). Należy podkreślić, że celem działalności Przedsiębiorcy było gromadzenie danych konsumentów i przekazywanie ich pośrednio, w ramach marketingu afiliacyjnego (lub ewentualnie w inny sposób), do tylko niektórych banków i instytucji pożyczkowych. Przedsiębiorca w regulaminie serwisu internetowego wskazał jako potencjalnych kredytodawców szereg banków i instytucji pożyczkowych, informując konsumentów, że ich wnioski pożyczkowe przekazywane są do wymienionych, licznych podmiotów, w tym wielu banków. Konsument zapoznając się z regulaminem serwisu miał uzasadnione podstawy by oczekiwać, że jego zapytanie pożyczkowe zostanie przekazane do wymienionych w ww. dokumencie podmiotów. Jednak zdecydowana większość podmiotów wskazanych w regulaminie nie potwierdziła współpracy ze Spółką. W rzeczywistości dane konsumenta były przekazywane jedynie pośrednio, w ramach marketingu afiliacyjnego, do wybranych przez Spółkę podmiotów. Dobór tych podmiotów zależał od kampanii reklamowej, w której Przedsiębiorca aktualnie brał udział. Wskazanie w regulaminie nazw banków – instytucji zaufania publicznego – mogło budować w konsumencie poczucie zaufania do Przedsiębiorcy. W kontekście ww. ustaleń oczywiste jest, że Przedsiębiorca miał pełną świadomość tego, że zakres opisywanych w Regulaminie czynności nie odpowiadał charakterowi i zakresowi prowadzonej działalności.

Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje zatem na umyślne naruszenie przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy. Umyślność została wymieniona w art. 111 ust. 4 pkt 2 lit. c w zw. z pkt 1 lit. d uokik jako okoliczność obciążająca, którą należy uwzględnić ustalając wysokość kary pieniężnej. W związku z tym okoliczność ta nie zostanie uwzględniona przy obliczaniu kwoty bazowej, zostanie natomiast uwzględniona jako okoliczność obciążająca, co będzie wskazane w dalszej części decyzji, gdyż jedna okoliczność nie może być podstawą dwóch różnych obostrzeń kary.

Ustalenie wymiaru kary pieniężnej ma charakter wieloetapowy. Ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej należy uwzględnić w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy, uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia. Na tej podstawie ustalona zostaje kwota bazowa. W dalszej kolejności należy rozważyć, czy w sprawie występują okoliczności obciążające i łagodzące oraz jaki powinny mieć wpływ na wysokość kary.

Stopień naruszenia przez przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest zdaniem Prezesa Urzędu znaczny. Kwestionowana praktyka ujawnia się na etapie przedkontraktowym.

Dokonując oceny wagi naruszenia, Prezes Urzędu uwzględnił okoliczność, że w niniejszej sprawie skutkiem działania przedsiębiorcy było pośrednio naruszenie majątkowych interesów konsumentów. Konsumenci, chcąc uzyskać pomoc w otrzymaniu pożyczki, przekazywali Przedsiębiorcy szczególnie wrażliwe dane osobowe i wykonywali połączenia telefoniczne w celu uzupełnienia wniosku pożyczkowego. Koszt połączenia, które należało wykonać był znaczny – 7,60 złotych brutto za każdą rozpoczętą minutę połączenia, więc koszt połączenia trwającego średnio [...] minut wynosił ok. [...] zł. Konsumenci, którzy decydowali się na dokonanie tych połączeń, mogły być osobami, które uprzednio nie otrzymały

kredytów bezpośrednio od banku lub innej instytucji finansowej. Może to oznaczać, że sytuacja finansowa takich osób jest trudna. Licząc, że otrzymają oni pożyczkę, dodatkowo zostali obciążeni pobieranymi przez Przedsiębiorcę opłatami.

Prezes Urzędu wziął również pod uwagę fakt, że praktyka ta ma charakter długotrwały. Serwis internetowy Przedsiębiorcy – szybka-pozyczka.com – funkcjonował już od 2016 r. do lutego 2020 r. (jako datę końcową przyjęto datę oznaczającą pismo Przedsiębiorcy z oświadczeniem o zaprzestaniu działalności podlegającej ocenie w niniejszym postępowaniu). Długotrwały okres stosowania praktyki wskazuje bowiem na możliwość naruszenia interesów większej liczby konsumentów, niż w przypadku, gdy praktyka jest krótkotrwała, co podwyższa stopień jej uciążliwości i wpływa na ustalenie kwoty bazowej kary pieniężnej na wyższym poziomie.

W oparciu o średni obrót osiągnięty przez Przedsiębiorcę, ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [...] % obrotu, czyli na poziomie 37 376,11 zł.

Prezes Urzędu stwierdził, że w niniejszej sprawie występują dwie okoliczności obciążające oraz jedna łagodząca.

Prezes Urzędu, ustalając karę pieniężną, wziął pod uwagę jako okoliczność obciążającą znaczny zasięg terytorialny naruszenia. Spółka działała za pośrednictwem sieci Internet – oznacza to, że mogła dotrzeć ze swoją ofertą do bardzo dużej liczby konsumentów zamieszkujących teren całego kraju. Wystąpienie tej okoliczności spowodowało zwiększenie wysokości kwoty bazowej kary pieniężnej o 20%. Druga z okoliczności obciążających jaka wystąpiła w niniejszej sprawie to umyślność naruszenia. Okoliczność ta spowodowała podwyższenie wymiaru kary pieniężnej o 50%.

Prezes Urzędu także w przypadku tej praktyki nie uwzględnił jako okoliczności łagodzącej faktu zaniechania jej stosowania, ponieważ zaniechanie to wynikało jedynie z zaprzestania czynnego prowadzenia działalności w zakresie serwisów internetowych i usług powiązanych z rynkiem finansowym.

Wobec powyższego wysokość kary pieniężnej zwiększono finalnie o 70% do kwoty 63 539,39 zł.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 uokik w zakresie opisanym w punkcie I.2 sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 63 539 zł (po zaokrągleniu do pełnego złotego), co stanowi [...] % obrotu oraz [...] % maksymalnego wymiaru kary.

Nakładając niniejszą decyzją karę pieniężną za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu kierował się przesłankami wskazanymi w art. 106 oraz art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kara w powyższej wysokości jest, w ocenie Prezesa Urzędu, adekwatna do okresu, stopnia zawinienia oraz okoliczności naruszeń przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zaś jej wysokość może być na tyle dolegliwa dla przedsiębiorcy, że skutecznie zapobiegnie podobnym naruszeniom w przyszłości (prewencja indywidualna). Kary nakładane przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów służą podkreśleniu naganności ocenianych zachowań.

W opinii Prezesa Urzędu należy podkreślić także aspekt edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka. Poza wymiarem indywidualnym kary należy zwrócić także uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników. Przedmiotowe rozstrzygnięcie będzie sygnałem dla innych przedsiębiorców powielających lub chcącym powielić model biznesowy przedsiębiorcy, że za podejmowanie działań, jak te ocenione w niniejszym postępowaniu, mogą ponieść dotkliwą sankcję finansową (prewencja ogólna).

Umorzenie postępowania w pozostałym zakresie (pkt III rozstrzygnięcia decyzji)

Zgodnie z punktem II postanowienia nr 1/610-08/17 z dnia 2 października 2017 r. Spółce postawiono zarzut stosowania praktyki polegającej na niewskazywaniu w treści strony www.szybka-pozyczka.com, administrowanej przez NA2 Sp. z o.o. w charakterze pośrednika kredytowego, informacji o których mowa w treści art. 7 ust. 4 pkt 1-2 oraz ust. 5 ustawy o kredycie konsumenckim (Dz.U. z 2019 r. poz. 1083, zwanej dalej: „ustawą o kredycie konsumenckim”) - tj. informacji dot. zakresu umocowania do dokonywania czynności faktycznych lub prawnych, informacji czy pośrednik kredytowy współpracuje z kredytodawcami, a także o nazwach kredytodawców współpracujących z NA2, co może naruszać art. 7 ust. 4 pkt 1-2 i ust. 5 ustawy o kredycie konsumenckim oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku postępowania ustalono, że Przedsiębiorca nie jest pośrednikiem kredytowym w rozumieniu przepisów ustawy o kredycie konsumenckim. Działalność Spółki opiera się na pozyskiwaniu danych osobowych potencjalnych pożyczkobiorców. Dane osobowe konsumentów – pozyskiwane za pośrednictwem serwisu szybka-pozyczka.com – przekazywane są następnie pośrednio, w ramach marketingu afiliacyjnego (lub w inny sposób), innym podmiotom m.in. bankom i instytucjom pożyczkowym. W ramach sieci partnerskiej wyróżnia się następujące podmioty: właściciela sieci afiliacyjnej, partnera/wydawcę (właściciela powierzchni reklamowych na stronach internetowych itp.) oraz reklamodawcę. Należy wyjaśnić, że sieć afiliacyjna jest pośrednikiem pomiędzy przedsiębiorcą - reklamodawcą (np. bankiem czy instytucją pożyczkową), a podmiotami prowadzącymi swoje strony internetowe, gdzie ta reklama mogłaby być wyświetlana (wydawcą – np. NA2). Wobec powyższego NA2 nie współpracuje bezpośrednio z bankami i instytucjami pożyczkowymi. Stosowne umowy wiążą Spółkę jedynie z podmiotami prowadzącymi sieci partnerskie.

Zgodnie z art. 5 pkt 3 ustawy o kredycie konsumenckim, za pośrednika kredytowego uważa się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów Kodeksu cywilnego, innego niż kredytodawca, który w zakresie swojej działalności gospodarczej lub zawodowej uzyskuje korzyści majątkowe, w szczególności wynagrodzenie od konsumenta, dokonując czynności faktycznych lub prawnych, które są związane z przygotowaniem, oferowaniem lub zawieraniem umowy o kredyt.

Należy zauważyć, że definicja pośrednika kredytowego z art. 4 pkt 5 dyrektywy 2014/17/UE w sprawie konsumenckich umów o kredyt związanych z nieruchomościami mieszkalnymi⁸ wprost wskazuje, że pośrednikiem nie jest podmiot, który doprowadza jedynie

⁸ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/17/UE z dnia 4 lutego 2014 r. w sprawie konsumenckich umów o kredyt związanych z nieruchomościami mieszkalnymi i zmieniająca dyrektywy 2008/48/WE i 2013/36/UE oraz rozporządzenie (UE) nr 1093/2010.

do skojarzenia, bezpośrednio albo pośrednio, konsumenta z kredytodawcą lub pośrednikiem kredytowym. Zgodnie z wyjaśnieniami do ww. dyrektywy „osoby, które w ramach swojej działalności zawodowej w sporadycznych przypadkach jedynie przedstawiają konsumenta kredytodawcy lub odsyłają go do kredytodawcy, na przykład poprzez poinformowanie konsumenta o istnieniu konkretnego kredytodawcy lub pośrednika kredytowego, lub pewnego rodzaju produktu oferowanego przez danego kredytodawcę lub pośrednika kredytowego bez dalszej reklamy ani angażowania się w przedstawianie, oferowanie, prowadzenie prac przygotowawczych lub zawieranie umowy o kredyt, nie powinny być uznawane za pośredników kredytowych do celów niniejszej dyrektywy. Podobnie kredytobiorców, którzy jedynie przekazują umowę o kredyt konsumentowi w drodze subrogacji, bez prowadzenia żadnych innych działań w zakresie pośrednictwa kredytowego, nie należy uznawać za pośredników kredytowych do celów niniejszej dyrektywy”.

Czynności podejmowane przez Spółkę nie realizują ustawowej definicji pośrednictwa kredytowego, gdyż są one nakierowane na umożliwienie zgłoszenia zainteresowania uzyskaniem pożyczki w określonej przez konsumenta kwocie i warunkach. Spółka nie podejmuje żadnych czynności odnoszących się do skonkretyzowanych produktów pożyczkowych znajdujących się w ofertach banków i instytucji pożyczkowych. Otrzymywane przez Spółkę wynagrodzenie dotyczy usługi marketingowej. Można zatem przyjąć, że przedsiębiorcy wynagradzani za przekazanie danych zainteresowanego konsumenta pośrednikowi bądź kredytodawcy, bez wykonywania czynności faktycznych związanych z umową kredytową, nie podlegają rygorom ww. ustawy.

Spółka nie posiada również informacji ani wpływu na fakt zawarcia umowy i udzielenia pożyczki przez pożyczkodawcę. Wszystkie ustalenia dotyczące oferty konkretnej umowy pożyczki odbywają bez udziału Spółki. Przedsiębiorca osiąga przychody jedynie z tytułu opłat za połączenia konsumentów z płatną infolinią oraz w związku ze swoją działalnością w ramach sieci afiliacyjnych.

Wobec powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, nie byłoby zasadnym posługiwanie się pojęciem pośrednika kredytowego w stosunku do podmiotu, którego rola ogranicza się wyłącznie do zainicjowania kontaktu pomiędzy stronami i nie ma on dalszego wpływu na zawarcie przez konsumenta umowy z kredytodawcą.

Zgodnie z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w sprawach nieuregulowanych w ustawie, do postępowań przed Prezesem Urzędu, zastosowanie mają przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 256 ze zm., dalej: kpa). Przepis art. 105 § 1 kpa stanowi, że jeżeli z jakichkolwiek przyczyn postępowanie stało się bezprzedmiotowe, organ administracji publicznej umarza prowadzone postępowanie. Bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego, o której mowa ww. przepisie, będąca przesłanką jego umorzenia oznacza, że brak jest któregoś z elementów materialnego stosunku prawnego. Ustalenie istnienia tej przesłanki stwarza obowiązek zakończenia postępowania w danej instancji poprzez jego umorzenie, a wobec tego nie można wydać decyzji rozstrzygającej sprawę co do istoty. Przesłanka umorzenia postępowania może istnieć jeszcze przed wszczęciem postępowania, co zostanie ujawnione dopiero w toczącym się postępowaniu, a może ona powstać także w czasie trwania postępowania, a więc w sprawie już zawisłej przed organem administracyjnym. Konsekwencją jednak wykazania przesłanki bezprzedmiotowości prowadzonego postępowania

jest wydanie decyzji o jego umorzeniu, które ma charakter obligatoryjny. Powyższe stanowisko znajduje również uzasadnienie w orzecznictwie. Zgodnie z wyrokiem Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 14 maja 1998 r. (sygn. akt I SA/Kr/1141/97) w myśl art. 105 § 1 kpa, gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe, organ administracji państwowej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania. Użycie przez ustawodawcę słowa „wydaje” a nie „może wydać” oznacza, że wydanie decyzji o umorzeniu postępowania jest obligatoryjne, gdy postępowanie stało się bezprzedmiotowe z jakiegokolwiek przyczyny. Natomiast zgodnie z tezą wyroku Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 18 kwietnia 1995 r. (sygn. akt SA/Ldz. 2424/94), z bezprzedmiotowością postępowania (art. 105 § 1 kpa) mamy do czynienia wówczas, gdy w sposób oczywisty organ stwierdzi brak podstaw prawnych i faktycznych do merytorycznego rozpatrzenia sprawy.

Postępowanie w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, poprzedzające wydanie niniejszej decyzji, ujawniło przesłanki determinujące jego umorzenie wskutek braku materialnoprawnych podstaw do władczego rozstrzygnięcia o stosowaniu przez Spółkę zarzucanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Prezes Urzędu uznał w związku z tym, iż zachodzi bezprzedmiotowość niniejszego postępowania, z uwagi na fakt, iż działania Przedsiębiorcy, w tym przypadku, nie mieszczą się w zakresie postawionego zarzutu.

W tym stanie orzeczono, jak w pkt III sentencji decyzji.

Koszty postępowania (pkt IV rozstrzygnięcia decyzji)

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

Zgodnie z art. 263 § 1 kpa do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Zgodnie z art. 264 § 1 kpa jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przez Spółkę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania. W związku z powyższym, postanowiono obciążyć stronę postępowania kosztami postępowania w wysokości 73,70 zł (słownie: siedemdziesiąt trzy złote 70/100).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

Wobec powyższego, orzeczono jak w pkt IV sentencji decyzji.

Pouczenia

Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokik karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Stosownie do art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 479²⁸ § 2 ustawy z 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2019 r. poz. 1460 ze zm. – dalej: kpc) – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi (90-113 Łódź, ul. Traugutta 25). Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2019 r. poz. 785 ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

Zgodnie z art. 103 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt IV sentencji niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 264 § 1 kpa w zw. z art. 80 uokik oraz stosownie do art. 81 ust. 5 uokik w związku z 479³² § 1 i § 2 kpc, stronie przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi (90-113 Łódź, ul. Traugutta 25) w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji. Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w zw. z art. 32 ust. 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł.

*Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony*

Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Łodzi

Tomasz Dec

Otrzymuje:
NA2 Sp. z o.o.
Al. Jerozolimskie 96
00-807 Warszawa
reprezentowana przez:
[...]