



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Warszawa, dn. 21 września 2023 r.

DOZIK-4.610.510.2016.IC

wersja jawna

*tajemnice przedsiębiorstwa oraz inne informacje prawnie chronione oznaczono: [***]*

Decyzja nr DOZIK-9/2023

I. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione, że Wonga.pl Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na stosowaniu w ramach prowadzonej akcji promocyjnej „Gwarancja najtańszej pożyczki ratalnej online” materiałów reklamowych w postaci banerów internetowych, mailingu i spotów telewizyjnych dotyczących oferty kredytu konsumenckiego, zgodnie z którą Wonga.pl spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie gwarantuje najtańszy całkowity koszt kredytu konsumenckiego bez jednoczesnego informowania w ww. materiale reklamowym, że zgodnie z Regulaminem akcji „Gwarancja najtańszej szybkiej pożyczki ratalnej online” całkowity koszt kredytu konsumenckiego może zostać obniżony dopiero po złożeniu przez konsumenta wniosku o obniżenie całkowitego kosztu kredytu oraz

- a) przedstawieniu formularza informacyjnego lub
- b) oferty pożyczki

otrzymanych od innej instytucji pożyczkowej, co mogło wprowadzać w błąd w zakresie warunków promocji „Gwarancja najtańszej pożyczki ratalnej online” odnoszących się do:

- a) rzeczywistych korzyści wynikających z ww. promocji w postaci ograniczenia, że całkowity koszt kredytu konsumenckiego udzielonego przez Wonga.pl spółkę z ograniczoną

odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie może być jedynie tak samo niski jak całkowity koszt kredytu konsumenckiego oferowanego przez inną instytucję pożyczkową oraz b) dostępności tej korzyści w postaci ograniczenia, że oferta innej instytucji pożyczkowej musi być przedstawiona Wonga.pl spółce z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie przez samego konsumenta, a przez to naruszać art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jedn. Dz.U. z 2016 r. poz. 3) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów po zobowiązaniu się przez Wonga.pl Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie do podjęcia działań zmierzających do usunięcia skutków ww. naruszeń, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Wonga.pl Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie obowiązek wykonania zobowiązania do:

1. dokonania jednorazowego przysporzenia każdemu konsumentowi, który w okresie trwania akcji promocyjnej „Gwarancja najtańszej szybkiej pożyczki ratalnej online” tj. od dnia 11 maja 2016 r. do dnia 7 listopada 2016r.: (i) zawarł ze Spółką Ramową Umowę Pożyczki jako nowy klient Spółki oraz (ii) zaciągnął jako pierwszą pożyczkę ratalną, kwoty 10 zł (słownie: dziesięć złotych), płatnego na rachunek bankowy konsumenta, w terminie jednego miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Przysporzenie zostanie dokonane przez Spółkę automatycznie, bez konieczności podejmowania jakichkolwiek działań po stronie konsumentów.
2. Umieszczenie na stronie internetowej Spółki na jej koszt oświadczenia o następującej treści:

„W wykonaniu decyzji zobowiązującej Prezesa UOKiK z dnia 21.09.2023 r. nr DOZIK-9/2023, Wonga.pl sp. z o.o. informuje, że w wyniku stosowania akcji promocyjnej „Gwarancja najtańszej szybkiej pożyczki ratalnej online”, obowiązującej od dnia 11.05.2016 do 7.11.2016 r. przekazała na rachunki bankowe uprawnionych klientów kwotę 10 zł. Szczegółowe informacje dostępne są w decyzji Prezesa UOKiK nr DOZIK-9/2023 opublikowanej na stronie [www.uokik.gov.pl/\[XXXX-hipertacze-przekierowujace-do-treci-decyzji\]](http://www.uokik.gov.pl/[XXXX-hipertacze-przekierowujace-do-treci-decyzji])”

w terminie 2 (słownie: dwóch) miesięcy od uprawomocnienia się decyzji, w następujący sposób:

- a) oświadczenie zostanie zamieszczone w górnej części strony internetowej www.wonga.pl. Oświadczenie będzie widoczne przez cały czas, ale z możliwością



jego zamknięcia przez użytkownika. Oświadczenie nie może przybrać formy rotacyjnego banera czy slajdera,

- b) tekst informacji będzie wyjustowany oraz napisany fontem Arial w kolorze czarnym (kod szesnastkowy RGB #000000) na białym tle (kod szesnastkowy RGB #ffffff),
 - c) użyte w oświadczeniu znaki będą miały rozmiar 14 px,
 - d) oświadczenie na przedmiotowej stronie internetowej będzie utrzymywane przez okres jednego miesiąca od daty jego umieszczenia.
3. Skierowania do konsumentów, określonych w pkt. 1, w terminie dwóch miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, drogą elektroniczną, na ostatni znany Spółce adres e-mail konsumenta, wiadomości o następującej treści:

„Szanowna Pani/Szanowny Panie,

W związku z wykonaniem decyzji Prezesa UOKiK z dn. 21.09.2023 r. o nr. DOZIK-9/2023 dotyczącej akcji promocyjnej „Gwarancja najtańszej pożyczki ratalnej online”, która obowiązywała w dniach 11 maja 2016 r. do 7 listopada 2016 r. Wonga.pl sp. z o.o. informuje, że na Pana/Pani rachunek bankowy zapisany w systemie Wonga przekazana została kwota 10 zł (dziesięć złotych).

Jeśli nie otrzymał/a Pan/Pani wskazanej kwoty, oznacza to, że Wonga nie posiada Pana/Pani aktualnego numeru rachunku bankowego. W związku z tym, prosimy o podanie Pani/Pana aktualnego numeru rachunku bankowego w celu dokonania przelewu kwoty w wysokości 10 (dziesięciu) złotych.

Informacje, w których mowa powyżej prosimy przekazać Wonga.pl w terminie trzech miesięcy od dnia otrzymania przez Panią/Pana niniejszej wiadomości w następujący sposób:

- (i) e-mailem wysłanym na adres: kontakt@wonga.com z adresu e-mail, który Pan/Pani zarejestrował/a w ramach portalu Wonga.pl znajdującego się pod adresem www.wonga.pl lub
- (ii) pismem wysłanym na adres: Wonga.pl sp. z o.o., ul. Żaryna 2B bud. D, 02-593 Warszawa”.

II. Na podstawie art. 28 ust. 3 w związku z art. 28 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, że Wonga.pl Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, opisane w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów



nakłada na Wonga.pl Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie obowiązek złożenia informacji o realizacji zobowiązania, o którym mowa w pkt I rozstrzygnięcia decyzji, poprzez przedstawienie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

1. danych liczbowych wskazujących w stosunku do ilu konsumentów Spółka dokonała przysporzenia, o którym mowa w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji,
2. danych liczbowych wskazujących w stosunku do ilu konsumentów Spółka nie dokonała przysporzenia, o którym mowa w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji wraz ze wskazaniem przyczyny,
3. danych liczbowych wskazujących w stosunku do ilu konsumentów Spółka skierowała wiadomość, o której mowa w pkt I.3 rozstrzygnięcia decyzji,
4. 10 przykładowych wiadomości skierowanych do konsumentów,
5. zrzutu ekranu strony internetowej Spółki przedstawiającej oświadczenie, o którym mowa w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji z dnia zamieszczenia ww. oświadczenia oraz z ostatniego dnia utrzymywania tego oświadczenia na stronie internetowej, wraz z widoczną datą sporządzenia zrzutów ekranu;

- w terminie siedmiu miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

III. Na podstawie art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2023 r. poz. 775 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów umarza jako bezprzedmiotowe postępowanie w sprawie stosowania przez Wonga.pl spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na podawaniu w materiałach reklamowych dotyczących kosztu kredytu konsumenckiego kierowanych do konsumentów w postaci banerów internetowych, mailingu i spotów telewizyjnych informacji o:

- a) opłatach uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu,
- b) całkowitej kwocie kredytu,
- c) rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania,
- d) całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta,

które nie zostały określone na podstawie reprezentatywnego przykładu, co może naruszać art. 7 ust. 1 pkt 1, 2, 3 i ust. 2 pkt 2 w zw. z art. 8 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (tekst jedn. Dz.U. z 2016 poz. 1528) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów.



UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także jako: „Prezes Urzędu” lub „Prezes UOKiK”) w związku z prowadzonymi działaniami monitoringu własnego przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia czy w związku z kierowaniem do konsumentów przez instytucje pożyczkowe materiałów reklamowych dotyczących pożyczek gotówkowych nastąpiło naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uzasadniające 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 (Dz.U. z 2015 r. poz. 184 ze zm.), (sygn. akt: DDK-403-1/16/AU). W ramach postępowania wyjaśniającego kontrolą zostały objęte działania marketingowe prowadzone przez Wonga.pl spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dalej także jako: „Spółka” lub „Wonga”).

Analiza materiałów zebranych w wyżej wskazanym postępowaniu wyjaśniającym wykazała, że Spółka może dopuszczać się praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W związku z powyższym, postanowieniem z dnia 8 grudnia 2016 r., Prezes Urzędu wszczął wobec Spółki postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. stosowaniu w ramach prowadzonej akcji promocyjnej „Gwarancja najtańszej pożyczki ratalnej online” materiałów reklamowych w postaci banerów internetowych, mailingu i spotów telewizyjnych dotyczących oferty kredytu konsumenckiego, zgodnie z którą Wonga.pl spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie gwarantuje najtańszy całkowity koszt kredytu konsumenckiego bez jednoczesnego informowania w ww. materiale reklamowym, że zgodnie z Regulaminem akcji „Gwarancja najtańszej szybkiej pożyczki ratalnej online” całkowity koszt kredytu konsumenckiego może zostać obniżony dopiero po złożeniu przez konsumenta wniosku o obniżenie całkowitego kosztu kredytu oraz

- a) przedstawieniu formularza informacyjnego lub
- b) oferty pożyczki

otrzymanych od innej instytucji pożyczkowej, co może wprowadzać w błąd w zakresie warunków promocji „Gwarancja najtańszej pożyczki ratalnej online” odnoszących się do:

- a) rzeczywistych korzyści wynikających z ww. promocji w postaci ograniczenia, że całkowity koszt kredytu konsumenckiego udzielonego przez Wonga.pl spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie może być jedynie tak samo niski jak całkowity koszt kredytu konsumenckiego oferowanego przez inną instytucję pożyczkową oraz



b) dostępności tej korzyści w postaci ograniczenia, że oferta innej instytucji pożyczkowej musi być przedstawiona Wonga.pl spółce z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie przez samego konsumenta,

a przez to naruszać art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jedn. Dz.U. z 2016 r. poz. 3) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów;

2. podawaniu w materiałach reklamowych dotyczących kosztu kredytu konsumenckiego kierowanych do konsumentów w postaci banerów internetowych, mailingu i spotów telewizyjnych informacji o:

a) opłatach uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu,

b) całkowitej kwocie kredytu,

c) rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania,

d) całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta,

które nie zostały określone na podstawie reprezentatywnego przykładu, co może naruszać art. 7 ust. 1 pkt 1, 2, 3 i ust. 2 pkt 2 w zw. z art. 8 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (tekst jedn. Dz.U. z 2016 poz. 1528) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Prezes Urzędu, działając na podstawie art. 123 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. 2016 r. poz. 23) w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2015 r. poz. 184 ze zm.), zaliczył wyżej wskazanym postanowieniem w poczet dowodów w przedmiotowym postępowaniu materiał dowodowy zgromadzony w postępowaniu wyjaśniającym, mianowicie:

1. postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 4 marca 2016 r. o wszczęciu postępowania wyjaśniającego, znak: DDK-403-1/16/AU,
2. pismo Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 4 marca 2016 r. zawiadamiające o wszczęciu postępowania wyjaśniającego,
3. pismo Wonga.pl spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie z dnia 22 marca 2016 r. wraz z załącznikami,
4. pismo Wonga.pl spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie z dnia 29 marca 2016 r. wraz z załącznikami,
5. pismo Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 8 kwietnia 2016 r.,
6. pismo Wonga.pl spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie z dnia 27 kwietnia 2016 r. wraz z załącznikami,
7. pismo Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 24 maja 2016 r.,



8. pismo Wonga.pl spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie z dnia 8 czerwca 2016 r. wraz z załącznikami,
9. pismo Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 25 lipca 2016 r.,
10. pismo Wonga.pl spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie z dnia 10 sierpnia 2016 r. wraz z załącznikami.

Pismem z dnia 8 grudnia 2016 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o wszczęciu niniejszego postępowania.

W odpowiedzi, pismem z dnia 10 stycznia 2017 r., Spółka przedstawiła wyjaśnienia oraz odniosła się do zarzutów sformułowanych w wyżej wskazanym Postanowieniu.

Niezależnie od przedstawionych wyjaśnień i stanowiska Spółki przedstawionego w piśmie z dnia 10 stycznia 2017 r., Spółka w piśmie z dnia 26 kwietnia 2017 r. przedstawiła propozycję zobowiązania.

Prezes Urzędu pismem z dnia 19 czerwca 2017 r. celem doprecyzowania złożonej w piśmie z dnia 26 kwietnia 2017 r. propozycji zobowiązania, przedstawił Spółce dodatkowe informacje oraz zwrócił się o przekazanie wszystkich wzorców umów pożyczek wraz z załącznikami stosowanych od 8 grudnia 2016 r. w relacjach z konsumentami z oznaczeniem dat ich stosowania.

Następnie, pismem z dnia 4 lipca 2017 r. Spółka zmodyfikowała propozycję zobowiązania.

Pismem z dnia 20 września 2017 r. Prezes Urzędu celem wyjaśnienia wątpliwości i doprecyzowania treści propozycji zobowiązania przedstawił Spółce dodatkowe informacje.

W dniu 23 października 2017 r. odbyło się spotkanie przedstawicieli Spółki oraz przedstawicieli Prezesa UOKiK. Podczas spotkania ustalono, że Spółka przekaze na piśmie uszczegółowioną propozycję zobowiązania (ewentualnie decyzję o jej nieprzedstawianiu) w terminie 3 tygodni od dnia spotkania.

Pismem z dnia 5 grudnia 2017 r. Spółka przedstawiła zmodyfikowaną propozycję zobowiązania oraz dodatkowe argumenty i informacje.

Pismem z dnia 3 marca 2020 r. Prezes Urzędu zwrócił się do Spółki z zapytaniem, czy Spółka podtrzymuje zobowiązanie złożone pismem z dnia 26 kwietnia 2017 r., ostatnio zmodyfikowane pismem z dnia 5 grudnia 2017 r.

W odpowiedzi, Spółka pismem z dnia 10 kwietnia 2020 r. poinformowała Prezesa Urzędu, że jest w trakcie analizy możliwości powtórzenia zobowiązania oraz zwróciła się o możliwość spotkania.

Pismem z dnia 24 kwietnia 2020 r. Prezes Urzędu podzielił ocenę Spółki co do zasadności zorganizowania spotkania.



Następnie, Prezes Urzędu pismem z dnia 28 kwietnia 2022 r zwrócił się do Spółki z zapytaniem, czy podtrzymuje wolę złożenia w przedmiotowym postępowaniu zobowiązania do podjęcia działań zmierzających do usunięcia skutków zarzucanych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, złożone pismem z dnia 26 kwietnia 2017 r., a następnie zmodyfikowane pismem z dnia 5 grudnia 2017 r.

Spółka pismem z dnia 6 maja 2022 r. podtrzymała wolę zakończenia przedmiotowego postępowania poprzez wydanie przez Prezesa Urzędu decyzji zobowiązującej.

W dniu 26 maja 2022 r. odbyło się spotkanie pomiędzy pracownikami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów a przedstawicielami Spółki.

Pismem z dnia 12 września 2022 r. Spółka przedstawiła propozycję zobowiązania.

Następnie, pismem z dnia 13 października 2022 r. Spółka przedstawiła zmodyfikowaną propozycję zobowiązania.

Pismem z dnia 5 września 2023 r. Prezes Urzędu, na podstawie art. 10 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2023 r. poz. 775 ze zm., dalej jako: „kpa”) w zw. z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689, dalej jako: „uokik”)zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w przedmiotowym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym.

Pismem z dnia 11 września 2023 r. Spółka wniosła o doręczenie wydanej w przedmiotowym postępowaniu decyzji wyłącznie na adres Spółki.

Prezes Urzędu ustalił co następuje

Wonga.pl spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem: 0000412352. Przedmiotem działalności Spółki są min. pozostałe formy udzielania kredytów oraz pozostała finansowa działalność usługowa, gdzie indziej niesklasyfikowana, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych.

Spółka oferuje konsumentom możliwość zawierania umów na odległość.

Będące w ofercie Spółki pożyczki stanowią kredyty konsumenckie w rozumieniu art. 3 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. z 2023 r. poz. 1028; dalej także jako: „ukk”).

Spółka emituje reklamy oferowanych przez siebie produktów w Internecie (w postaci min. banerów internetowych, mailingu) oraz w telewizji (spoty telewizyjne).



Gwarancja najtańszej pożyczki online

Spółka od dnia 11 maja 2016 r. do dnia 7 listopada 2016 r. kierowała do konsumentów materiał reklamowy w postaci banerów internetowych, mailingu i spotów telewizyjnych dotyczący akcji promocyjnej „Gwarancja najtańszej pożyczki ratelnej online”. W reklamach dużą czcionką zamieszczone zostało hasło: „Gwarancja najtańszej pożyczki ratelnej online w 5 minut”, a niektóre z reklam zawierały również hasło „Gwarancja najniższej ceny”. Jednocześnie w analizowanych przez Prezesa UOKiK reklamach znajdowało się pouczenie o następującej treści: „Dotyczy całkowitego kosztu kredytu pożyczki ratelnej online oferowanej nowym klientom danej instytucji pożyczkowej na taki sam okres i kwotę co w Wonga.pl sp. z o.o. Tylko dla klientów, którzy otrzymali pozytywną decyzję kredytową w Wonga.pl sp. z o.o. Oferta ważna do 30.03.2016. Regulamin na www.wonga.pl 5 minut to standardowy czas od złożenia wniosku do podjęcia decyzji kredytowej i przekazania jej klientowi”.

Kierowane do konsumentów reklamy przybierały między innymi następującą postać:

- *Internet:*



Wonga
Komfort pożyczania

Gwarancja
NAJTAŃSZEJ
pożyczki ratalnej

GWARANCJA
NAJNIŻSZEJ CENY

Dotyczy całkowitego kosztu kredytu pożyczki ratalnej online oferowanej nowym klientom danej instytucji pożyczkowej na taki sam okres i kwotę co w Wonga.pl sp. z o.o. Tylko dla klientów, którzy otrzymali pozytywną decyzję kredytową w Wonga.pl sp. z o.o. Oferta ważna do 30.06.2016 r. Regulamin na www.wonga.pl. 5 minut to standardowy czas od złożenia wniosku do podjęcia decyzji kredytowej i przekazania jej klientowi.

źródło: plik „750x400_wonga_ratalna_ceny_zlote” załączony do pisma Spółki z dnia 8 czerwca 2016 r.

Materiał reklamowy kierowany był do konsumentów również w postaci spotów telewizyjnych. W reklamach zawierających grafikę lektor odczytuje następujący komunikat: „Szukasz pożyczki z gwarancją najniższej ceny? Kliknij na Wonga.com. U nas masz gwarancję najtańszej pożyczki ratalnej online w 5 minut. Możesz pożyczyć aż do 3 tysięcy i oddać nawet w 12 ratach”. Jednocześnie w reklamach z udziałem aktorów, lektor przekazywał widzom następującą informację: „Aż do 3 tysięcy, 12 rat i gwarancja najtańszej pożyczki ratalnej online”. Pouczenie wyświetlane w trakcie trwania obu reklam ma tę samą treść, co w przypadku działań promocyjnych prowadzonych przez Spółkę w Internecie.

- zrzuty z ekranów spotów telewizyjnych:



źródło: zrzut z ekranu pliku: „200962 WONGA.COM RODZINA KOBIETA OTWIERA PORTFEL3000ZL 12RATAWYJAZD W GORY 300516” znajdujący się na płycie CD będącej załącznikiem do pisma Spółki z dnia 8 czerwca 2016 r.



źródło: zrzut z ekranu pliku: „201282 WONGA.COM GWARANCJA NAJTANSZEJ POZYCZKI DLA NOWYCH KLIENTOW 150516” znajdujący się na płycie CD będącej załącznikiem do pisma Spółki z dnia 8 czerwca 2016 r.

Szczegółowe warunki udziału w promocji zostały określone w Regulaminie promocji „Gwarancja najtańszej pożyczki ratalnej online” (dalej także jako: „Regulamin”). Z Regulaminu wynika min., że: „Wonga udziela Uczestnikowi Akcji, który spełnił warunki, określone w § 3 gwarancji, że w okresie zawarcia umowy o pożyczkę z Organizatorem, pożyczka w Wonga jest najtańszą pożyczką ratalną dla nowych klientów udzielaną online

w kwocie do 3.000 zł na okres nie dłuższy niż 12 miesięcy dla Uczestnika Akcji z zastrzeżeniem punktów poniżej” (§4 ust. 1 Regulaminu), a „Gwarancja najtańszej pożyczki oznacza najniższy całkowity koszt kredytu, o którym mowa w art. 5 pkt 6 ustawy z dnia 12 maja 2011r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 126, poz. 715 ze zm.) to jest wszelkie koszty, które klient jest zobowiązany ponieść w związku z umową pożyczki, w szczególności odsetki, opłaty, prowizje, podatki i marże (jeśli są znane instytucji pożyczkowej) oraz koszty usług dodatkowych w przypadku gdy ich poniesienie jest niezbędne do uzyskania pożyczki (np. koszty składek ubezpieczeniowych)” (§4 ust. 2 Regulaminu). Z § 5 ust. 1 Regulaminu wynika zaś, że: „Uczestnik Akcji, który chce skorzystać z gwarancji najtańszej pożyczki, powinien złożyć wniosek o obniżenie Całkowitego Kosztu Pożyczki przesyłając na adres e-mail gwarancja@wonga.com autentyczny formularz informacyjny w formacie pdf, jpg lub print screen oferty pożyczki online rzeczywiście otrzymanej od innej instytucji pożyczkowej spełniającej warunki określone w § 4 powyżej wraz ze wskazaniem daty otrzymania tej oferty”. §5 ust. 6 Regulaminu przewidywał zaś, że: „W przypadku pozytywnej decyzji Organizatora o obniżeniu Całkowitego Kosztu Pożyczki, Wonga obniży Całkowity Koszt Pożyczki o kwotę różnicy pomiędzy Całkowitym Kosztem Pożyczki udzielonym w Wonga a Całkowitym Kosztem Pożyczki wynikającej z oferty innej instytucji pożyczkowej, o której mowa w ust. 1 powyżej. Obniżenie Całkowitego Kosztu Pożyczki nie może przekroczyć kwoty naliczonej prowizji na dzień dokonania obniżki, tj. należność Uczestnika Akcji na rzecz Wonga nie może być niższa niż wysokość udzielonej pożyczki”.

Spółka zakwestionowała zasadność przedstawionego zarzutu dotyczącego akcji promocyjnej „Gwarancja najtańszej pożyczki ratalnej online” z uwagi na fakt, że według najlepszej wiedzy Spółki przez cały czas trwania akcji promocyjnej „Gwarancja najtańszej szybkiej pożyczki ratalnej online” całkowity koszt oferowanej przez Spółkę szybkiej pożyczki ratalnej online był najniższy na rynku tych pożyczek. Zdaniem Spółki hasła reklamowe zawierały informacje zgodne z prawdą i nie wprowadzały ani nie mogły wprowadzać konsumentów w błąd. Zdaniem Spółki realna korzyść konsumenta wynikająca z akcji promocyjnej „Gwarancja najtańszej pożyczki ratalnej online” urzeczywistniła się w możliwości uzyskania przez niego najtańszej szybkiej pożyczki ratalnej w tym kanale sprzedaży. Spółka wskazała, że aby móc skorzystać z promocji konsument nie był zobligowany do śledzenia, czy inne instytucje pożyczkowe oferują tego typu umowy na korzystniejszych warunkach, ponieważ Spółka przeprowadzała monitoring we własnym zakresie. Spółka wskazała także, że postanowienia Regulaminu przewidujące, że konsument, który znalazł ofertę posiadającą te same cechy, co oferta Spółki, lecz z jeszcze niższym niż oferowana przez Spółkę całkowitym kosztem kredytu



konsumenckiego (postanowienia § 5 ust. 2 i ust. 3 Regulaminu akcji: „Gwarancja najtańszej szybkiej pożyczki ratalnej online”), odnosiły się wyłącznie do takich wyjątkowych sytuacji, w których Spółka nie zdążyłaby odpowiednio szybko zareagować na zmianę oferty przez konkurencyjną instytucję pożyczkową lub do przypadku otrzymania przez klienta indywidualnej oferty kredytu konsumenckiego z niższym całkowitym kosztem kredytu niż całkowity koszt kredytu oferowany w oficjalnych cennikach.

Ustalenia dotyczące praktyki określonej w punkcie 2 postanowienia o wszczęciu przedmiotowego postępowania

W okresie badanym w przedmiotowym postępowaniu Spółka zawierała z konsumentem „Ramową Umowę Pożyczki”, udostępniając mu dwie odnawialne linie pożyczki. Na ich podstawie konsument mógł zawierać kolejne umowy pożyczek z różnymi sposobami spłaty: Pożyczką Krótkoterminową (kwota pożyczki wraz z prowizją spłacana jednorazowo) oraz Pożyczką Ratalną (kwota pożyczki wraz z prowizją spłacana w tygodniowych ratach). Spółka kierowała do konsumentów między innymi następujące reklamy:

- Pożyczka Krótkoterminowa:

- mailing



Wonga

Komfort pożyczania

Pożycz 1 500 zł

Oddaj 1 510 zł

masz do 60 dni na spłatę

Sprawdź >>

Reprezentatywny przykład dla pierwszej Pożyczki Krótkoterminowej: kwota pożyczki: 750 zł na 21 dni; roczna stopa procentowa: 0%; odsetki: 0 zł; prowizja: 10 zł; całkowita kwota do spłaty: 760 zł; reprezentatywne RRSO: 25,89%. Dotyczy tylko pierwszej pożyczki z maksymalnym okresem spłaty do 60 dni.

źródło: plik: „MHTML_krotkoterminowa_niebieska_rwd” załączony do pisma Spółki z dnia 27 kwietnia 2016 r.

Zapamiętaj
te 3 rzeczy:

wonga

Komfort pożyczania

1 | pożyczasz **1500 zł**

2 | oddajesz **1510 zł**

3 | na spłatę masz do **60 dni**

Sprawdź »

Reprezentatywny przykład dla pierwszej Pożyczki Krótkoterminowej: Kwota pożyczki: 750 zł na 21 dni; roczna stopa procentowa: 0%; odsetki: 0 zł; prowizja: 10 zł; całkowita kwota do spłaty: 760 zł; reprezentatywne RRSO: 25,89%. Dotyczy tylko pierwszej pożyczki z maksymalnym okresem spłaty do 60 dni.

źródło: plik: „MHTML_krotkoterminowa_niebieska_css” załączony do pisma Spółki z dnia 27 kwietnia 2016 r.



Komfort pożyczania

Pożycz 1 500 zł

Oddaj 1 510 zł

masz do 60 dni na spłatę

Sprawdź »

Reprezentatywny przykład dla pierwszej Pożyczki krótkoterminowej: Kwota pożyczki: 750 zł na 21 dni; roczna stopa procentowa: 0%, odsetki: 0 zł; prowizja: 10 zł; całkowita kwota do spłaty: 760 zł; reprezentatywne RRSD: 25,89%. Dotyczy tylko pierwszej pożyczki z maksymalnym okresem spłaty do 60 dni.

źródło: plik: „MHTML_krotkoterminowa_biała_rwd” załączony do pisma Spółki z dnia 27 kwietnia 2016 r.

Potrzebujesz pieniędzy?
Pożycz nawet 1 500 zł do 60 dni!

wonga
Komfort pożyczania

Ile gotówki potrzebujesz?

Na jak długo?

Reprezentatywny przykład dla pierwszej Pożyczki Krótkoterminowej: Kwota pożyczki: 750 zł na 21 dni; roczna stopa procentowa: 0%; odsetki: 0 zł; prowizja: 10 zł; całkowita kwota do spłaty: 760 zł; reprezentatywne RRSO: 25,89%. Dotyczy tylko pierwszej pożyczki z maksymalnym okresem spłaty do 60 dni.

Zobacz więcej »

Dlaczego
warto?

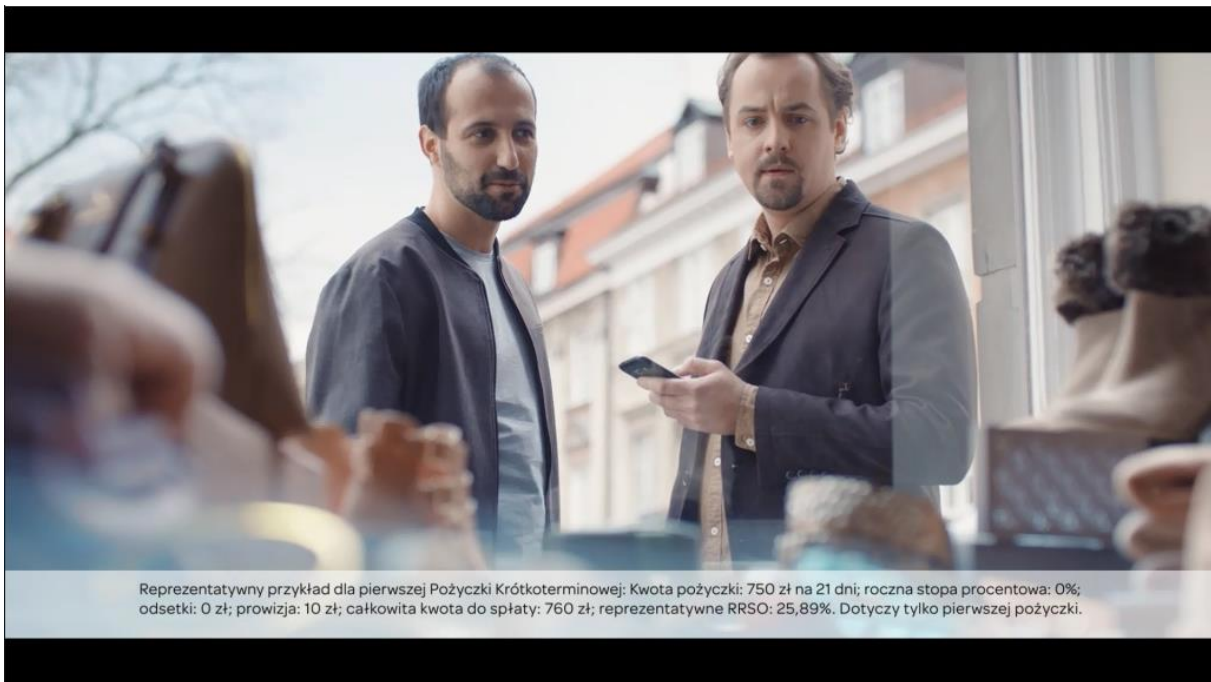
Przelew w
15
minut

60
dni
na spłatę

Kwota pożyczki
1 500 zł

źródło: plik: „MHTML_krotkoterminowa” załączony do pisma Spółki z dnia 27 kwietnia 2016 r.

- zrzut z ekranu spotów telewizyjnych



źródło: zrzut z ekranu pliku: „URODZINY HANKI 30” LAPTOP / 60 DNI / NIE ZGADZA SIĘ (Audio Code 195759)” znajdujący się na płycie CD załączonej do pisma Spółki z dnia 27 kwietnia 2016 r.

Z zamieszczonego powyżej materiału reklamowego wynika, że Spółka reklamowała możliwość zawarcia umowy pożyczki, której całkowity koszt wynosi 10 zł. Informacja ta przedstawiona była również w treści pouczenia prawnego: „Reprezentatywny przykład dla pierwszej Pożyczki Krótkoterminowej: Kwota pożyczki 750 zł na 21 dni; roczna stopa oprocentowania: 0%, odsetki: 0 zł; prowizja: 10 zł, całkowita kwota do spłaty: 760 zł, reprezentatywne RRSO: 25,89%. Dotyczy tylko pierwszej pożyczki z maksymalnym okresem spłaty do 60 dni”.

W piśmie z dnia 10 sierpnia 2016 r. Spółka przekazała materiał reklamowy, który kierowała do konsumentów od dnia 1 lipca 2016 r. do dnia 5 sierpnia 2016 r. Przedłożone materiały stanowiły całość komunikatów o charakterze reklamowym, których pierwsza emisja nastąpiła po dniu 1 lipca 2016 r. Podobnie jak w opisanym powyżej materiale reklamowym, Spółka podawała informacje wymagane przepisami ustawy o kredycie konsumenckim (art. 7 ukk), opierając je na danych obliczonych dla pierwszej pożyczki.

- mailing



Pożyczasz 1 500 zł, oddajesz 1 510 zł. Proste! Sprawdź



Wonga
Komfort pożyczania

Pożycz **1 500 zł**
Oddaj **1 510 zł**
nawet za 60 dni


Sprawdź »

Reprezentatywny przykład dla pierwszej Pożyczki Krótkoterminowej:

Rzeczywista Roczna Stopa Oprocentowania (RRSO) wynosi 25,89%, całkowita kwota kredytu (bez kredytowanych kosztów) 750 zł, całkowita kwota do zapłaty 760 zł, oprocentowanie stałe 0%, całkowity koszt kredytu 10 zł (w tym: prowizja 10 zł, odsetki 0 zł), okres kredytowania 21 dni. Kalkulacja została dokonana na dzień 24 kwietnia 2016 na reprezentatywnym przykładzie. Wonga.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.

źródło: plik: „600x400_wonga_powrot_do_szkoly_v4b” załączony do pisma Spółki z dnia 10 sierpnia 2016 r.

- banery internetowe



Wonga
Komfort pożyczania

Pożycz **1500 zł** > Oddaj **1510 zł**

Sprawdź »

[Zobacz tutaj przykładowy koszt pożyczki](#)

Reprezentatywny przykład dla pierwszej Pożyczki Krótkoterminowej: Rzeczywista Roczna Stopa Oprocentowania (RRSO) wynosi 25,89%, całkowita kwota kredytu (bez kredytowanych kosztów) 750 zł, całkowita kwota do zapłaty 760 zł, oprocentowanie stałe 0%, całkowity koszt kredytu 10 zł (w tym: prowizja 10 zł, odsetki 0 zł), okres kredytowania 21 dni. Kalkulacja została dokonana na dzień 24 kwietnia 2016 na reprezentatywnym przykładzie. Wonga.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.

źródło: plik: „300x250_wonga_1500” załączony do pisma Spółki z dnia 10 sierpnia 2016 r.

Przesłane materiały reklamowe zawierają pouczenie o następującej treści:

„Reprezentatywny przykład dla Pierwszej Pożyczki Krótkoterminowej: Rzeczywista Roczna Stopa Oprocentowania (RRSO) wynosi 25,89%, całkowita kwota kredytu (bez kredytowanych kosztów) 750 zł, całkowita kwota do zapłaty 760 zł, oprocentowanie stałe 0%, całkowity koszt kredytu 10 zł (w tym prowizja 10 zł, odsetki 0 zł), okres kredytowania 21 dni. Kalkulacja została dokonana na dzień 24 kwietnia 2016 r. na reprezentatywnym przykładzie. Wonga.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie”.

Jak wskazano powyżej, Spółka dokonała zmiany treści tzw. pouczenia prawnego. W porównaniu z poprzednią treścią tego komunikatu, zmieniona została m.in. kolejność przekazywanych informacji, a niektóre z nich zostały uszczegółowione. Informacje wciąż odwołują się do reprezentatywnego przykładu określonego dla tzw. „pierwszej Pożyczki Krótkoterminowej”.

Pożyczka Ratalna

- zrzuty z ekranów spotów telewizyjnych



źródło: zrzut z ekranu pliku: „PIENIĄDZE W PORTFELU - 15" LAPTOP /RATY (Audio code: 194666)” znajdującego się na płycie CD dołączonej do pisma Spółki z dnia 10 sierpnia 2016 r.

Pouczenie prawne, podobnie jak w reklamach Pożyczki Krótkoterminowej, odnosi się tylko do warunków obliczonych dla pierwszej pożyczki. „Reprezentatywny przykład tylko dla pierwszej pożyczki ratalnej: Kwota pożyczki: 2500 zł; czas obowiązywania umowy: 3 miesiące; roczna stopa procentowa; 0 %; odsetki: 0 zł; prowizja: 603,25 zł; całkowita kwota do spłaty: 3103,25 zł; miesięczna rata: 1034,42 zł; reprezentatywne RRSO: 238,17 %. Dotyczy tylko pierwszej pożyczki”.

- banery internetowe



The image shows a digital advertisement for Wonga. At the top, the Wonga logo is displayed with the tagline 'Komfort pożyczania'. The main text of the ad reads: 'Pożyczasz 3 000 zł oddajesz 12 rat po 371,08 zł'. Below this is a prominent orange button with the text 'Sprawdź »'. At the bottom of the ad, there is a disclaimer in smaller text: 'Reprezentatywny przykład dla pierwszej Pożyczki Ratalnej: Rzeczywista Roczna Stopa Oprocentowania (RRSO) wynosi 222,31%, całkowita kwota kredytu (bez kredytowanych kosztów) 1800 zł, całkowita kwota do zapłaty 2282,94 zł, oprocentowanie stałe 0%, całkowity koszt kredytu 482,94 zł (w tym: prowizja 482,94 zł, odsetki 0 zł), 4 miesięczne raty w wysokości 570,74 zł. Kalkulacja została dokonana na dzień 24 kwietnia 2016 na reprezentatywnym przykładzie. Wonga.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.'

źródło: plik: „600x490_wonga_raty_3k_samo_copy” dołączony do pisma Spółki z dnia 10 sierpnia 2016 r.

Reklama zawierała pouczenie o następującej treści: „Reprezentatywny przykład dla pierwszej Pożyczki Ratalnej: Rzeczywista Roczna Stopa Oprocentowania (RRSO) wynosi 22,31%, całkowita kwota kredytu (bez kredytowanych kosztów) 1800 zł, całkowita kwota do zapłaty 2282,94 zł, oprocentowanie stałe 0%, całkowity koszt kredytu 482,94 zł (w tym: prowizja 482,94 zł, odsetki 0 zł), 4 miesięczne raty w wysokości 570,74 zł. Kalkulacja została dokonana na dzień 24 kwietnia 2016 r. na reprezentatywnym przykładzie. Wonga.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie”.

Jednocześnie Spółka podejmując działania marketingowe (np. mailing) informowała o koszcie pożyczek obliczonym dla kolejnych pożyczek.



wonga

Komfort pożyczania



Poznaj Program Korzyści

Witaj!

Dziękujemy za Twój wybór wonga.com.

Splć swoją pierwszą pożyczkę na czas i dołącz do Programu Korzyści, przygotowanego specjalnie dla naszych Klientów.



Otrzymuj zniżki na pożyczki z **Programem Korzyści** aż do **42%!***

Tylko 1 krok dzieli Cię od dołączenia do **Programu Korzyści**:



Splć terminowo swoją pożyczkę

[Sprawdź zadania w Programie Korzyści >>](#)

Masz pytania? Skontaktuj się z nami.

Jesteśmy dostępni w godzinach między **8:00 a 22:00** w dni powszednie oraz między **9:00 a 17:00** w soboty i niedziele (z wyjątkiem świąt państwowych). Pomożemy Ci z przyjemnością!

Pozdrawiamy
Zespół wonga.com



kontakt@wonga.com
www.wonga.com



+48 22 388 88 88**



Kasa musi się zgadzać

*Podany rabat odnosi się do segmentu Wonga Max Programu Korzyści w stosunku do Wonga Start. Szczegóły Programu Korzyści pod linkiem www.wonga.pl/program-korzysci. Warunkiem udzielenia pożyczki jest akceptacja wniosku. Reprezentatywny przykład dla kolejnej Pożyczki Krótkoterminowej. Kwota pożyczki: 1000 zł na 30 dni; roczna stopa procentowa: 0%; odsetki: 0 zł; prowizja: 231,50 zł; całkowita kwota do spłaty: 1231,50 zł; reprezentatywne RRSO: 1159,75%. Reprezentatywny przykład dla kolejnej Pożyczki Ratalnej: Kwota pożyczki: 1000 zł; czas obowiązywania umowy: 2 miesiące; roczna stopa procentowa: 0%; odsetki: 0 zł; prowizja: 266,00 zł; całkowita kwota do spłaty: 1266,00 zł; miesięczna rata: 633,00 zł; reprezentatywne RRSO: 569,10%. Status w Programie Korzyści zależy od oceny punktowej Biura Informacji Kredytowej S.A., historii w wonga.com, terminowej spłaty pożyczek i ukończonych kursów na Kapitalni.org. Twój segment w Programie Korzyści nie gwarantuje, że zawsze dostaniesz pożyczkę. Za każdym razem, gdy wnioskujesz o pożyczkę, przeprowadzamy ocenę Twojej zdolności kredytowej i mogą zdarzyć się sytuacje, w których będziemy zmuszeni odmówić Ci pożyczki ze względu na zmianę w Twojej sytuacji finansowej.

**Koszt połączenia wg taryfy Twojego operatora.

E-mail został wysłany z adresu służącego wyłącznie do obsługi poczty wychodzącej. Niniejsza wiadomość stanowi informację handlową, wysłaną na zlecenie Wonga.pl sp. z o.o.

Wonga.pl sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, przy ul. Żaryna 2B, bud D, 02-593 Warszawa, zarejestrowana w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem 0000412352, NIP 1132853869, REGON 146025969 i z kapitałem zakładowym w wysokości 10.000.000,00 zł

[Zrezygnuj z otrzymywania wiadomości](#)

źródło: plik: „Wysyłka mailingowa styczeń 2016” znajdujący się na płycie CD załączonej do pisma Spółki z dnia 29 marca 2016 r.

Pouczenie prawne dotyczące kolejnych pożyczek zostało sformułowane w następujący sposób: „Reprezentatywny przykład dla kolejnej Pożyczki Krótkoterminowej: Kwota pożyczki 1000 zł na 30 dni; roczna stopa oprocentowania: 0%; odsetki: 0 zł; prowizja: 231,50 zł; całkowita kwota do spłaty 1231,50 zł; reprezentatywne RRSO: 1159,75%.”, „Reprezentatywny przykład dla kolejnej Pożyczki Ratalnej: Kwota pożyczki 1000 zł; czas obowiązywania umowy: 2 miesiące; roczna stopa oprocentowania: 0 %; odsetki: 0 zł; prowizja: 266,00 zł; całkowita kwota do spłaty; 1266,00 zł; miesięczna rata: 633,00 zł; reprezentatywne RRSO: 569,10%”.

Jak wynika z informacji przekazanych przez Spółkę w piśmie z dnia 8 czerwca 2016 r., w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2015 r. Spółka udzieliła [***] Pożyczek Krótkoterminowych, z czego [***] (ok. [***]% wszystkich udzielonych Pożyczek Krótkoterminowych) stanowiły „pierwsze” pożyczki zawarte z danym klientem, a [***] (ok. [***]% wszystkich pożyczek krótkoterminowych) „kolejne” pożyczki.

Jednocześnie Spółka w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2015 r. udzieliła [***] Pożyczek Ratalnych, z czego [***] (mniej niż [***]% wszystkich udzielonych Pożyczek Ratalnych) stanowiły „pierwsze” takie pożyczki oraz [***] (ok. [***]% wszystkich udzielonych Pożyczek ratalnych) stanowiły kolejne Pożyczki Ratalne.

Biorąc pod uwagę wszystkie udzielone przez Spółkę pożyczki, w 2015 roku udzielonych zostało [***] pożyczek, z czego pierwszych pożyczek zostało udzielonych [***] (ok. [***] % wszystkich pożyczek), zaś kolejnych - [***] (ok. [***]% wszystkich pożyczek). Ponadto, należy wskazać, że „kolejne” Pożyczki Krótkoterminowe stanowiły [***]% wszystkich udzielonych przez Spółkę pożyczek (bez rozróżnienia, czy były to „pierwsze”, czy też „kolejne” umowy pożyczki).

Spółka zakwestionowała zasadność drugiego postawionego jej zarzutu, polegającego na podawaniu w materiałach reklamowych dotyczących kosztu kredytu konsumenckiego kierowanych do konsumentów w postaci banerów internetowych, mailingu i spotów telewizyjnych informacji o: a) opłatach uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu, b) całkowitej kwocie kredytu, c) rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania, d) całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta, które nie zostały określone na podstawie reprezentatywnego przykładu, co może naruszać art. 7 ust. 1, 2, 3 i ust. 2 pkt 2 w zw. z art. 8 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. z 2016 poz. 1528) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów. Spółka podkreśliła, że określenie reprezentatywnego przykładu odrębnie dla „pierwszej” pożyczki oraz dla



„kolejnych” pożyczek jest działaniem zgodnym z dyspozycją art. 8 ust. 2 ukk. Spółka wskazała także, że analizowane przez Prezesa Urzędu materiały reklamowe dotyczyły pierwszej, a nie kolejnej pożyczki i kierowane były do nowych klientów. Dlatego też konsekwentnie, materiały te zawierały informacje na temat kosztów pierwszej, a nie kolejnej pożyczki.

Prezes Urzędu zważył co następuje

Interes publiczny

Stosownie do art. 1 ust. 1 uokik, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstawę do rozstrzygnięcia przez Prezesa Urzędu sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Działania podejmowane przez Prezesa Urzędu mają na celu ochronę interesów zbiorowych, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstawę do rozstrzygnięcia przez Prezesa Urzędu sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy mogli być narażeni na negatywne skutki praktyki stosowanej przez Spółkę.

Interes publiczny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie interesu publicznego, możliwe jest poddanie kwestionowanych działań Spółki ocenie w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod kątem stosowania przez nią praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Uprawdopodobnienie stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie z art. 28 ust. 1 uokik, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na



podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1, lub będących podstawą wszczęcia postępowania - że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 uokik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24 uokik, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio. Przytoczony przepis ustanawia przesłanki warunkujące możliwość wydania decyzji zobowiązującej przez Prezesa Urzędu: uprawdopodobnienie naruszenia zakazu określonego w art. 24 uokik, zobowiązanie się przedsiębiorcy, któremu zarzucane jest takie naruszenie, do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, a także uznanie przez Prezesa Urzędu za celowe nałożenie obowiązku wykonania przedłożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania.

Uprawdopodobnienie w omawianym przypadku oznacza, że Prezes Urzędu odstępuje od udowodnienia określonych faktów. W przypadku wydania decyzji zobowiązującej wystarczające jest ustalenie z dużą dozą prawdopodobieństwa, iż zarzucane praktyki miały miejsce.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast art. 24 ust. 2 uokik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy. Za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. kodeks cywilny (Dz. U. z 2023, poz. 1610, dalej jako: „kodeks cywilny” lub „kc”) w zw. z art. 4 pkt 12 uokik. Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed wymierzonymi w nie naruszeniami, w postaci działań przedsiębiorców sprzecznych z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami.

Aby określone zachowanie mogło zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, konieczne jest kumulatywne spełnienie następujących przesłanek:

- A. kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy,
- B. działanie to jest sprzeczne z prawem lub z dobrymi obyczajami,
- C. działanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów.

A. Status przedsiębiorcy



Zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów odnosi się tylko do przedsiębiorców. Art. 4 pkt 1 uokik odsyła w pierwszej kolejności do definicji przedsiębiorcy zawartej w ustawie z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2023 r. poz. 221, 641 i 803, dalej także jako: „Prawo przedsiębiorców”). Ustawa ta weszła w życie w dniu 30 kwietnia 2018 r. Wówczas też, zgodnie z art. 192 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; dalej: „PwuPp”) utraciła moc ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2017 r. poz. 2168 ze zm.; dalej także jako: „usdg” lub „ustawa o swobodzie działalności gospodarczej”). Jednak zgodnie z art. 196 PwuPp do postępowań w sprawach przedsiębiorców wszczętych na podstawie przepisów dotychczasowych i niezakończonych przed dniem wejścia w życie ustawy - Prawo przedsiębiorców stosuje się przepisy dotychczasowe. W tym stanie rzeczy, w związku z tym, że postępowanie w niniejszej sprawie zostało wszczęte przed 30 kwietnia 2018 r., dokonując oceny statusu Spółki jako przedsiębiorcy, należy odnieść się do definicji tego pojęcia zawartej w ustawie o swobodzie działalności gospodarczej.

Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 usdg jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Przepis art. 2 usdg definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Działalność prowadzona przez Spółkę ma charakter zarobkowy, jest wykonywana w sposób zorganizowany oraz ciągły. Spółka prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego i jako osoba prawna (spółka prawa handlowego) posiada przymiot przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym, Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, zaś jej działania mogą być poddawane ocenie pod kątem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

B. Uprawdopodobnienie sprzeczności działania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami

Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sankcjonowane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Sprzeczność z prawem działania lub zaniechania przedsiębiorcy może być ujmowana jako zachowanie niezgodne



z obowiązującymi przepisami prawa. Dobre obyczaje stanowią klauzulę generalną, która podlega konkretyzacji w danym stanie faktycznym. Naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów prawa stanowionego lub dobrych obyczajów jest jednocześnie wyrazem naruszenia obowiązującego porządku prawnego, który obejmuje zarówno nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, jak i nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów. Rozważenia przy ocenie możliwości przypisania przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga zatem kwestia, czy jego zachowanie było zgodne czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego.

W omawianym stanie faktycznym, Prezes Urzędu dokonał analizy działania Spółki pod kątem sprzeczności z prawem.

W świetle przepisu art. 24 ust. 3 pkt 3 uokik przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności: nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. W związku z tym, w celu uprawdopodobnienia, że zachowanie Spółki mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, konieczne jest wykazanie, że może ono mieścić się w pojęciu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 845, dalej jako: „upnpr”).

Zgodnie z art. 2 pkt 4 upnpr przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Wobec powyższego, działanie Spółki polegające na reklamowaniu oferty umowy o kredyt konsumencki może zostać uznane za praktykę rynkową w rozumieniu niniejszej ustawy.

W świetle ww. ustawy, za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd (art. 4 ust. 2 upnpr). Pojęcie praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd ustawodawca doprecyzował w art. 5 upnpr. Zgodnie z art. 5 ust. 1 upnpr, 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. Działanie wprowadzające w błąd może dotyczyć min. ceny, sposobu obliczania ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej (art. 5 ust. 3 pkt 5 upnpr). Przykładem nieuczciwej praktyki rynkowej może być również rozpowszechnianie prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd (art. 5 ust. 2 pkt 2 upnpr).



W przedmiotowej sprawie konieczne stało się rozważenie przez Prezesa Urzędu, czy sposób konstruowania przekazu reklamowego mógł wprowadzić konsumenta w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powodowało lub mogło powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługują się pojęciem przeciętnego konsumenta, w odniesieniu do którego powinna być dokonana ocena każdej praktyki rynkowej. Art. 2 pkt 8 upnpr definiuje przeciętnego konsumenta jako konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tych 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.

W przedmiotowej sprawie rekonstruowany model przeciętnego konsumenta dotyczył konsumenta zapoznającego się z materiałami reklamowymi przygotowanymi przez Spółkę. Charakter reklamowanej usługi finansowej nie wskazuje na to, by Spółka kierowała swoją ofertą do szczególnej grupy konsumentów, która mogłaby zostać wyodrębniona na podstawie określonej i wspólnej im cechy. Z uwagi na powyższe, w przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu przyjmuje model przeciętnego konsumenta jako osoby dostatecznie poinformowanej, uważnej i ostrożnej, która jest zainteresowana zawarciem umowy o kredyt konsumencki i styka się z reklamami stosowanymi przez Spółkę, opisanymi w sentencji przedmiotowej decyzji. Nie wyróżnia się on szczególną wiedzą na temat parametrów usług finansowych, w tym kredytów konsumenckich, świadczonych przez banki czy instytucje pożyczkowe. Należy przyjąć, że wiedzę o tych usługach czerpie także z przekazu medialnego. Należy przy tym podkreślić, że wskazanie na cechy takie jak: dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej - nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna, i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Taki konsument nie jest naiwny, gdyż wie, że reklama pełni funkcję zachęcającą, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak, jak profesjonalista. Ma on prawo interpretować treści zawarte w przekazie reklamowym literalnie oraz zakładać, że przedsiębiorca przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzającym w błąd.



Kierowane do konsumentów hasła reklamowe jednoznacznie wskazywały na to, że Spółka gwarantuje, czyli zapewnia, że oferowany przez nią kredyt konsumencki będzie najtańszy spośród wszystkich dostępnych ofert kredytów konsumenckich udzielanych przez Internet. Jednak jak wynika z treści postanowień Regulaminu, to konsument zobowiązany był do śledzenia, czy inne instytucje pożyczkowe oferują tego typu umowy na korzystniejszych warunkach. Nie wystarczyła jednak ogólnodostępna dla konsumenta czy Spółki wiedza o istnieniu takiej oferty (np. emitowanie przez inną instytucję pożyczkową reklam telewizyjnych, przedstawienie ulotek czy zrzutu ekranu tzw. „suwaków” obrazujących kwotę i koszt kredytu konsumenckiego) - konieczne było bowiem potwierdzenie istnienia konkurencyjnej oferty kredytu konsumenckiego we wskazanych przez Spółkę formach, tj. „autentycznym formularzu informacyjnym w formacie pdf, jpg lub print screen oferty pożyczki online rzeczywiście otrzymanej od innej instytucji pożyczkowej”. Całkowity koszt kredytu mógł bowiem zostać obniżony dopiero po spełnieniu przez konsumenta licznych warunków i po złożeniu wniosku, który następnie musiał zostać pozytywnie rozpatrzony przez Spółkę (por. § 5 ust. 1 Regulaminu).

O wskazanych powyżej warunkach konsument nie dowiadywał się jednak z treści materiału reklamowego. Pouczenie, które znajdowało się w ww. reklamach, także nie wskazywało na konieczność znalezienia przez konsumenta oferty konkurencji i złożenia stosownego wniosku. Zamieszczona informacja tj.: „Dotyczy całkowitego kosztu kredytu pożyczki ratalnej online oferowanej nowym klientom danej instytucji pożyczkowej na taki sam okres i kwotę co w Wonga.pl sp. z o.o. Oferta ważna do 30.06.2016 r. Regulamin na www.wonga.pl (...)” w żaden sposób nie wskazuje na konieczność podjęcia jakiegokolwiek aktywności po stronie konsumenta.

W konsekwencji należy stwierdzić, że materiał reklamowy stosowany w ramach promocji „Gwarancja najtańszej szybkiej pożyczki ratalnej online” wprowadzał przeciętnego konsumenta w błąd co do rzeczywistej korzyści wynikającej z promocji, a także dostępności tej korzyści. Przekaz reklamowy został tak skonstruowany, by wywołać u konsumenta przekonanie, że jeżeli zdecyduje się na zawarcie umowy ze Spółką, otrzyma najtańszy kredyt konsumencki dostępny na rynku. Spółka nie tylko używała nieprawdziwego hasła, ale także w żadnym miejscu nie wskazała, jakie są prawdziwe warunki udzielenia gwarancji. Jak wynika bowiem z postanowień Regulaminu, to konsument zobowiązany był do monitorowania rynku usług pożyczkowych i weryfikowania, czy inny podmiot udziela kredytu konsumenckiego, który spełni warunki promocji.

Wybierając konkretną ofertę konkretnego kredytodawcy konsument kieruje się przede wszystkim interesem ekonomicznym - poszukuje oferty, która będzie dopasowana do jego potrzeb finansowych i możliwości spłaty zobowiązań, a w szczególności będzie



najatrakcyjniejszą ofertą na rynku. W związku z tym, konsument po zapoznaniu się z treścią materiału reklamowego, mógł w sposób szczególnie zainteresować się ofertą Spółki - podjąć działania zmierzające do zawarcia umowy. Jak wskazano wyżej, przeciętny konsument ma prawo interpretować materiał dotyczący danej akcji literalnie i spodziewać się, że zawiera on treść jednoznacznie wskazującą na czym dana promocja polega. Jednak w omawianym przypadku dopiero wnikliwa analiza Regulaminu może sprawić, iż konsument będzie świadomy, jaka jest istota promocji. Należy zauważyć, że nie w każdych okolicznościach konsument, który styka się z reklamami kierowanymi do niego w jakiegokolwiek formie, ma zapewnione warunki do tak szczegółowego zapoznania się z treścią takich dokumentów - zazwyczaj możliwe jest zapamiętanie tylko krótkich haseł reklamowych.

Należy przy tym wskazać, że Spółka używając zwrotu „najtańszy”, sugeruje, że w jej ofercie znajduje się oferta kredytu konsumenckiego, którego całkowity koszt jest najniższy w odniesieniu do ofert konkurencyjnych. Użycie tego zwrotu precyzują dopiero postanowienia Regulaminu, z których wynika, że całkowity koszt kredytu konsumenckiego oferowany przez Spółkę może być - o ile konsument przestawi odpowiednie dokumenty - obniżony o kwotę różnicy pomiędzy Całkowitym Kosztem Pożyczki udzielonym przez Spółkę a Całkowitym Kosztem Pożyczki wynikającej z oferty innej instytucji pożyczkowej, a obniżenie Całkowitego Kosztu Pożyczki nie może przekroczyć kwoty naliczonej prowizji na dzień dokonania obniżki, tj. należność konsumenta na rzecz Spółki nie może być niższa niż wysokość udzielonej pożyczki (por. §5 ust. 6 Regulaminu).

Bez znaczenia pozostaje argument Spółki zgodnie z którym reklamy nie mogły wprowadzać w błąd, gdyż jej oferta w rzeczywistości była najtańsza, a w przypadku pojawienia się na rynku korzystniejszej oferty w odniesieniu do całkowitego kosztu kredytu, Spółka automatycznie, bez konieczności podejmowania przez konsumenta jakichkolwiek działań, obniżałaby całkowity koszt kredytu.

Prowadzone postępowanie nie dotyczyło weryfikacji, czy oferta Spółki faktycznie była najtańsza, czy też nie.

Regulamin promocji w żaden sposób nie zobowiązywał Spółki do automatycznego obniżenia kosztów pożyczki w przypadku stwierdzenia oferowania przez konkurencję tańszych kredytów konsumenckich. Jednocześnie Regulamin przewidywał procedurę, jakich czynności powinien dokonać konsument, aby z promocji skorzystać.

Na marginesie należy zauważyć, że nie należy oczekiwać, iż konsument ma możliwość zweryfikowania wszelkich dostępnych na rynku ofert. Wydaje się, że na gruncie niniejszej sprawy konsument może uważać, że w przypadku hasła „gwarancja” obowiązek ten leży w całości wyłącznie po stronie przedsiębiorcy - to on powinien podjąć działania, aby



zapewnić, że pożyczka na warunkach przez niego oferowanych rzeczywiście charakteryzuje się najniższą ratą.

W ocenie Prezesa Urzędu, jeżeli w materiałach informujących o promocji Spółka w sposób jednoznaczny poinformowałaaby konsumenta, że istotą promocji „Gwarancja najniższej pożyczki ratalnej online”, zgodnie z Regulaminem, jest jedynie możliwość obniżenia całkowitego kosztu kredytu, o ile przedstawi on formularz informacyjny lub ofertę kredytu konsumenckiego innej instytucji pożyczkowej, to możliwe, że konsument nie zdecydowałby się na zawarcie umowy ze Spółką. W związku z tym, działanie Spółki mogło zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta i spowodować podjęcie decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Biorąc pod uwagę powyższe, należy stwierdzić, że uprawdopodobniono, że działanie Spółki stanowi praktykę, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 w zw. z art. 24 ust. 1 uokik.

C. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w art. 24 ust. 3 uokik, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów nieograniczonej grupy konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą działanie i zaniechanie. Ponadto godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia.

Działanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowe interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Dla stwierdzenia godzenia w zbiorowe interesy konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne zachowanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest skierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie.

Praktyka Spółki dotyczy nieograniczonego z góry kręgu konsumentów. Z tego względu, w ocenie Prezesa Urzędu, interes konsumentów, który mógł zostać naruszony w wyniku działań podejmowanych przez Spółkę nie stanowi sumy indywidualnych interesów poszczególnych konsumentów, lecz ma charakter zbiorowy, co przesądza o możliwości uznania, iż działania te godzą w zbiorowy interes konsumentów.



Mając na uwadze powyższą analizę, należy przyjąć, że uprawdopodobniono, że Spółka stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów opisane w pkt I rozstrzygnięcia decyzji.

Nałożenie obowiązku wykonania zobowiązania oraz określenie terminu jego wykonania

W toku postępowania Spółka złożyła wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej, o której mowa w art. 28 uokik. Zgodnie z treścią art. 28 ust. 1 uokik, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy - że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 uokik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio. Do wydania decyzji zobowiązującej konieczne jest zatem istnienie dwóch elementów: uprawdopodobnienie w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, że przedsiębiorca stosuje tę praktykę oraz zobowiązanie się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków. Pierwszą z przesłanek oceniono już powyżej.

W omawianej sprawie Spółka zobowiązała się do usunięcia skutków naruszenia zakazu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Prezes Urzędu, przychylając się do wniosku o wydanie decyzji zobowiązującej oraz formy rekompensaty, wziął pod uwagę zarówno charakter uprawdopodobnionego naruszenia przez przedsiębiorcę zbiorowych interesów konsumentów jak również realny wpływ wskazanego naruszenia na zniekształcenie zachowań rynkowych. W opinii Prezesa Urzędu, zastosowana rekompensata, mająca formę przysporzenia konsumentom znajduje zasadność w niniejszym stanie faktycznym, gdyż odnosi się do szerokiego grona konsumentów (klientów Spółki) i uwzględnia w przedmiotowym stanie faktycznym stopień naruszenia i jego realny wpływ na podjęcie przez konsumentów decyzji dotyczącej zawarcia umowy ze Spółką.

Co istotne, Spółka sama podejmie odpowiednie działania mające na celu przyznanie rekompensaty konsumentom.



Zgodnie z treścią zobowiązania, konsumentom, którzy w okresie trwania akcji promocyjnej „Gwarancja najtańszej szybkiej pożyczki ratalnej online” tj. od dnia 11 maja 2016 r. do dnia 7 listopada 2016 r.: zawarli ze Spółką Ramową Umowę Pożyczki jako nowi klienci Spółki oraz zaciągnęli jako pierwszą pożyczkę ratalną, przysługiwać będzie rekompensata w wysokości 10 zł, płatna na rachunek bankowy w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu.

Dopełnieniem tego zobowiązania będzie opublikowanie odpowiedniego oświadczenia stronie internetowej Spółki wraz z przekierowaniem do treści decyzji na stronie internetowej Urzędu. Działanie to spełni funkcję prewencyjną i edukacyjną wobec innych uczestników rynku i pozwoli ustrzec konsumentów przed negatywnymi skutkami podobnych działań.

Biorąc pod uwagę powyższe, Prezes Urzędu przyjął zobowiązanie Spółki.

Obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązania

Zgodnie z art. 28 ust. 3 uokik, w decyzji nakładającej na przedsiębiorcę obowiązek wykonania określonych zobowiązań Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w oznaczonym terminie informacji o stopniu ich realizacji.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu zobowiązał przedsiębiorcę do poinformowania o stopniu realizacji zobowiązania, o którym mowa w pkt I, zgodnie z treścią pkt II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

Zdaniem Prezesa Urzędu informacje i dokumenty określone w punkcie II sentencji niniejszej decyzji są konieczne, a zarazem wystarczające do przeprowadzenia prawidłowej oceny, czy Spółka wywiązała się z nałożonego na nią zobowiązania. Ponadto wyznaczony Spółce termin 7 miesięcy dotyczący przekazania informacji o stopniu realizacji zobowiązania jest racjonalny z punktu widzenia możliwości wykonania przez nią obowiązku sprawozdawczego. Termin ten umożliwi Prezesowi Urzędu odpowiednią weryfikację realizacji zobowiązania przez Spółkę.

Rozstrzygnięcie zawarte w pkt III sentencji decyzji

W punkcie 2 Postanowienia z dnia 8 grudnia 2016 r. o wszczęciu niniejszego postępowania Spółce postawiono zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na podawaniu w materiałach reklamowych dotyczących kosztu kredytu konsumenckiego kierowanych do konsumentów w postaci banerów internetowych,



mailingu i spotów telewizyjnych informacji o: (a) opłatach uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu, (b) całkowitej kwocie kredytu, (c) rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania, (d) całkowitej kwocie do zapłaty przez konsumenta, które nie zostały określone na podstawie reprezentatywnego przykładu, co mogło naruszać art. 7 ust. 1 pkt 1, 2, 3 i ust. 2 pkt 2 w zw. z art. 8 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (tekst jedn. Dz.U. z 2016 poz. 1528) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 7 ust. 1 i 2 ukk, kredytodawca lub pośrednik kredytowy w reklamach dotyczących kredytu konsumenckiego zawierających dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego, podaje konsumentowi w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny: 1) stopę oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu; 2) całkowitą kwotę kredytu; 3) rzeczywistą roczną stopę oprocentowania; w stosownych przypadkach należy dodatkowo podać konsumentowi: 1) czas obowiązywania umowy; 2) całkowitą kwotę do zapłaty przez konsumenta oraz wysokość rat; 3) cenę towaru lub usługi oraz kwotę wszystkich zaliczek w przypadku umowy o kredyt przewidującej odroczenie płatności. Natomiast art. 8 ust. 1 i ust. 2 ukk doprecyzowuje, że powyższe informacje powinny zostać podane na podstawie reprezentatywnego przykładu, przy określaniu którego należy określić warunki umowy o kredyt konsumencki, na których kredytodawca lub pośrednik kredytowy spodziewa się zawrzeć co najmniej dwie trzecie umów danego rodzaju przy uwzględnieniu przez te umowy średniego okresu kredytowania, całkowitej kwoty kredytu i częstotliwości występowania na rynku umów danego rodzaju.

Celem przytoczonej regulacji jest umożliwienie konsumentowi zapoznania się z warunkami, na jakich najczęściej zawierane są umowy kredytu konsumenckiego z danym kredytodawcą. Posiadanie informacji przedstawionych na podstawie reprezentatywnego przykładu pozwala konsumentowi na porównanie ofert różnych kredytodawców, co umożliwia mu dokonanie świadomego wyboru.

Będące w ofercie Spółki pożyczki stanowiły kredyty konsumenckie w rozumieniu art. 3 ust. 1 i ust. 2 ukk. Wysyłane zaś przez Spółkę wiadomości e-mail, emitowane spoty telewizyjne oraz banery internetowe, analizowane w toku postępowania, niewątpliwie miały charakter reklam, dotyczyły kredytu konsumenckiego i zawierały dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego, w związku z czym powinny zawierać informacje, o których mowa w art. 7 ust. 1 i 2 ukk.

Spółka zawierała z konsumentem „Ramową Umowę Pożyczki”, udostępniając mu dwie odnawialne linie pożyczki. Na ich podstawie konsument mógł wnioskować o kolejne wypłaty (pożyczki) z różnymi sposobami spłaty tj.: Pożyczką Krótkoterminową (kwota



pożyczki wraz z prowizją splotana jednorazowo) oraz Pożyczkę Ratalną (kwota pożyczki wraz z prowizją splotana jest w ratach).

Definiując „umowy danego rodzaju”, konieczne jest zidentyfikowanie takich cech umowy pożyczki, które będą determinowały przydzielenie jej właśnie do jednego określonego rodzaju umów pożyczki. W art. 8 ust. 2 ukk jest mowa o konieczności uwzględnienia czynników takich jak średni okres kredytowania, całkowita kwoty kredytu i częstotliwość występowania na rynku umów danego rodzaju.

W doktrynie¹ i w orzecznictwie² wskazuje się, że przez „umowy danego rodzaju” powinno się rozumieć przede wszystkim umowy zawarte w oparciu o tę samą instytucję prawną i zawierające te same elementy przedmiotowo istotne, decydujące o zaliczeniu tych umów do tego samego typu czynności prawnej (*essentialia negotii*). Jednocześnie, z uwagi na cele regulacji, zbliżone powinny być także inne istotne elementy tych umów, nie mające co prawda charakteru *essentialia negotii*, lecz decydujące o zaliczeniu tych umów do określonego „produktu kredytowego”. Będą to m.in. takie elementy jak rodzaj i koszty usług dodatkowych, z których skorzystanie jest niezbędne do zawarcia umowy o kredyt, w tym np. ubezpieczenia. Pojęcie „umowy danego rodzaju” nie oznacza natomiast typu umowy w sensie cywilnoprawnym³. W przypadku, gdy w ofercie kredytodawcy lub pośrednika kredytowego znajdują się umowy różnego rodzaju (czyli stanowiące różne produkty kredytowe), ustalenia reprezentatywnego przykładu należy dokonać odrębnie w odniesieniu do każdego z tych rodzajów umów.

Po odniesieniu powyższych rozważań do okoliczności niniejszej sprawy, uzasadnione wydaje się być stwierdzenie, że „pierwsze” i „kolejne” pożyczki stanowiły odrębne rodzaje umów.

„Pierwsze” i „kolejne” pożyczki były adresowane do rozłącznych kręgów odbiorców. Umowa na warunkach przewidzianych dla „pierwszej” pożyczki mogła zostać zawarta jedynie z konsumentem, który nie korzystał dotąd z oferty Spółki. Jeżeli natomiast konsument wcześniej skorzystał z oferty Spółki, mógł zawrzeć wyłącznie umowę na zasadach przewidzianych dla „kolejnej” pożyczki. Konsumenti kontraktujący ze Spółką nie mieli zatem swobody wyboru pomiędzy „pierwszą” a „kolejną” pożyczką - możliwość zawarcia umowy na danych warunkach była wpisana w specyfikę danej pożyczki. Co istotne, „pierwsza” pożyczka nie miała charakteru okresowej promocji, lecz znajdowała się na stałe w ofercie Spółki. W piśmie z dnia 5 grudnia 2017 r. Spółka wskazała, że

¹ T. Ostrowski [w:] M. Chruściak i in., *Ustawa o kredycie konsumenckim. Rekomendacje interpretacyjne podstawowych regulacji. Komentarz*, s. 64-65.

² Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 5 marca 2019 r., sygn. akt XVII AmA 46/17.

³ T. Czech, komentarz do art. 8 ukk [w:] *Kredyt konsumencki. Komentarz*, LEX.



w ofercie znajdują się cztery rodzaje umów tj.: a) pierwsze pożyczki krótkoterminowe dla nowych klientów; b) kolejne pożyczki krótkoterminowe dla istniejących klientów; c) pierwsze pożyczki ratalne dla nowych klientów; d) kolejne pożyczki ratalne dla istniejących klientów.

Dodatkowo, „pożyczki pierwsze” i „pożyczki kolejne” oferowane przez Spółkę różnicowała odmienna wysokość limitów całkowitej kwoty kredytu dostępnych w ramach każdego rodzaju pożyczki. Dla pierwszej Pożyczki Krótkoterminowej maksymalna całkowita kwota pożyczki wynosiła bowiem do 1500 zł, a dla pierwszej Pożyczki Ratalnej do 3000 zł. Podobne ograniczenia nie obowiązywały zaś przy udzielaniu kolejnych pożyczek.

Ukształtowanie w opisany powyżej sposób warunków „pierwszej” i „kolejnej” pożyczki, w ocenie Prezesa UOKiK wskazuje na to, że są to odrębne produkty, nienależące do jednego rodzaju, o którym mowa w art. 8 ust. 2 ukk. Z tego względu brak jest podstaw do uznania, że działania Spółki, polegające na prezentowaniu w materiałach reklamowych danych dotyczących kosztów kredytu konsumenckiego na podstawie reprezentatywnego przykładu skonstruowanego w oparciu o warunki bądź „pierwszej”, bądź „kolejnej” pożyczki, w zależności od tego, jakiego produktu dotyczyła dana reklama, naruszają art. 7 ust. 1 pkt 1, 2, 3 i ust. 2 pkt 2 w zw. z art. 8 ust. 1 i ust. 2 ukk. Tym samym w przypadku przedmiotowych działań Spółki nie została spełniona przesłanka bezprawności, warunkująca uznanie określonej praktyki przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 83 uokik w sprawach nieuregulowanych w tej ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2023 r. 775 ze zm.). Stosownie do art. 105 § 1 kpa gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe w całości albo w części, organ administracji publicznej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania odpowiednio w całości albo w części.

Umorzenie postępowania na tej podstawie jest obligatoryjne, co oznacza, iż ustalenie przesłanki bezprzedmiotowości postępowania stwarza obowiązek zakończenia postępowania w danej instancji przez jego umorzenie, ponieważ brak jest podstaw do rozstrzygnięcia sprawy co do jej istoty. Dalsze prowadzenie postępowania w takim przypadku stanowiłoby o jego wadliwości, mającej istotny wpływ na wynik sprawy. Podkreślić przy tym należy, iż przesłanka umorzenia postępowania może istnieć jeszcze przed wszczęciem postępowania, co zostanie ujawnione w toczącym się postępowaniu, a może ona powstać także w czasie trwania postępowania, a więc w sprawie już zawistej przed organami administracyjnymi. Przesłanką umorzenia postępowania jest brak któregokolwiek z elementów w odniesieniu co do strony podmiotowej, jak i przedmiotowej



postępowania. Zgodnie z wyrokiem Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 24 kwietnia 2003 r. (sygn. akt III SA 2225/01), bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego oznacza, że brak jest któregoś z elementów materialnego stosunku prawnego, a w związku z tym nie można wydać decyzji załatwiającej sprawę przez rozstrzygnięcie jej co do istoty. Jest to orzeczenie formalne, kończące postępowanie bez jego merytorycznego rozstrzygnięcia.

Należy stwierdzić, że z uwagi na brak możliwości przypisania działaniu Spółki określone w punkcie 2 postanowienia o wszczęciu niniejszego postępowania sprzeczności z prawem ani z dobrymi obyczajami, to jej działanie zakwestionowane w postępowaniu administracyjnym nie może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 uokik. Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie dają podstawy do wydania decyzji, w sposób negatywny rozstrzygającej o stosowaniu praktyki naruszającej zbiorowe interesy. W związku z tym uzasadnione jest częściowe stwierdzenie bezprzedmiotowości postępowania administracyjnego na podstawie art. 105 § 1 kpa w zw. z art. 83 uokik.

Wobec powyższego, Prezes Urzędu orzekł jak w sentencji niniejszej decyzji.

Pouczenie

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2023 r., poz. 1550 ze zm., dalej także jako: „kpc”) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 1 miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

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 2023 r., poz. 1144 ze zm., dalej jako: „ustawa o kosztach sądowych w sprawach cywilnych”), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

Zgodnie z art. 103 ust. 1-2 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. Spółka handlowa powinna dodatkowo wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.



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.

Jak stanowi art. 117 § 1 kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.

Zgodnie z art. 117 § 3 kpc 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.

W myśl art. 117 § 4 kpc 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.

*Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Artur Zwaliński
Zastępca Dyrektora
Departamentu Ochrony Zbiorowych Interesów
Konsumentów*

Otrzymuje:

1. Wonga.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie
ul. Stanisława Żaryna 2B bud. D
02-593 Warszawa
2. a/a

