



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY**

Wrocław, 18 września 2023 r.

RWR.610.8.2022.KŚ

Decyzja nr RWR 7 /2023

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, zachowanie **Ubea Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu**, polegające na zamieszczaniu na stronach internetowych prowadzonych przez Ubea Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, prawdziwych informacji o treści: „300 zł dla Ciebie jeśli znajdziesz tańsze OC” lub tożsamy, sugerujących, że warunkiem wystarczającym dla skorzystania z promocji „Bon na 300 zł” jest przedstawienie przez konsumenta oferty ubezpieczenia OC w niższej niż zaproponowana w ramach funkcjonalności tzw. „kalkulator Ubea” cenie, podczas gdy aby otrzymać 300 zł należy spełnić pozostałe warunki określone w „REGULAMINIE PROMOCJI BON NA 300 ZŁ”,
co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, w rozumieniu art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 2, w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845), a w konsekwencji **stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, i **stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 14 listopada 2022 r.**
- II. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, zachowanie **Ubea Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu**, polegające na zamieszczaniu na stronach internetowych prowadzonych przez Ubea sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, nieprawdziwych informacji wskazujących, że tzw. „kalkulator Ubea” posiada funkcjonalność, która w zależności od wersji komunikatu, pozwala na porównanie ofert polis OC/AC np. 10, 12, 13, 17 czy 20 firm ubezpieczeniowych, podczas gdy porównuje on oferty 6 ubezpieczycieli, a dopiero zamówienie kontaktu telefonicznego z konsultantem umożliwia porównanie ofert 17 zakładów ubezpieczeniowych,
co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 2 i art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845), a w konsekwencji **stanowi**



praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, i **nakazuje zaniechanie jej stosowania**.

III. Na podstawie art. 26 ust. 2, w związku z art. 27 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada na Ubea Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu**, obowiązek **usunięcia trwających skutków** naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, o których mowa w pkt I i II decyzji, według następujących zasad:

1. Ubea Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu opublikuje, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, na swój koszt na swojej stronie internetowej (na dzień wydania decyzji jest to strona pod adresem: <https://ubea.pl/>) oświadczenia o treści:

„Uprzejmie informujemy, iż Prezes UOKiK decyzją z dnia 18 września 2023 r. nr 7/2023 stwierdził, że Ubea Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu stosowała wobec konsumentów nieuczciwe praktyki rynkowe. Szczegóły tutaj” (dalej: oświadczenie nr 1)

odsyłającego do podstrony zawierającej następujące oświadczenie (dalej: oświadczenie nr 2):

„W związku z decyzją Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr RWR 7/2023, wydaną w dniu 18 września 2023 r., Ubea Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu informuje, że stosowała nieuczciwe praktyki rynkowe polegające na:

- 1) zamieszczaniu na stronach internetowych prowadzonych przez Ubea sp. z o.o., prawdziwych informacji o treści: „300 zł dla Ciebie jeśli znajdziesz tańsze OC” lub tożsamy, sugerujących, że warunkiem wystarczającym dla skorzystania z promocji „Bon na 300 zł” jest przedstawienie przez konsumenta oferty ubezpieczenia OC w niższej niż zaproponowana w ramach funkcjonalności tzw. „kalkulator Ubea” cenie, podczas gdy aby otrzymać 300 zł należy spełnić pozostałe warunki określone w „REGULAMINIE PROMOCJI BON NA 300 ZŁ”;*
- 2) zamieszczaniu na stronach internetowych prowadzonych przez Ubea sp. z o.o., nieprawdziwych informacji wskazujących, że tzw. „kalkulator Ubea” posiada funkcjonalność, która w zależności od wersji komunikatu, pozwala na porównanie ofert polis OC/AC np. 10, 12, 13, 17 czy 20 firm ubezpieczeniowych, podczas gdy porównuje on oferty 6 ubezpieczycieli, a dopiero zamówienie kontaktu telefonicznego z konsultantem umożliwia porównanie ofert 17 zakładów ubezpieczeniowych.*

Za stosowanie ww. nieuczciwych praktyk rynkowych Ubea Sp. z o.o. otrzymała karę pieniężną.

Szczegółowe informacje dostępne są w prawomocnej decyzji Prezesa UOKiK nr RWR 7/2023 z dnia 18 września 2023 r., opublikowanej na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [w tym miejscu zostanie dodane hipertączy (link) odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem <https://uokik.gov.pl/>].”

Powyższe oświadczenia zostaną złożone w ten sposób, że:

- a) treści oświadczeń nr 1 i 2 będą dostępne i utrzymywane na stronie Spółki przez okres 3 (trzech) miesięcy od dnia ich zamieszczenia;
 - b) oświadczenie nr 1 zostanie zamieszczone w górnej części strony głównej domeny <https://ubea.pl> i na każdej innej stronie internetowej przedsiębiorcy zastępującej tę stronę w przyszłości, bez możliwości zamknięcia informacji przez użytkownika; oświadczenie ma być widoczne przez cały czas, gdy użytkownik jest na stronie (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera);
 - c) oświadczenie nr 2 zostanie zamieszczone na podstronie strony internetowej Spółki, oświadczenie ma być widoczne przez cały czas, gdy użytkownik jest na podstronie, chyba że zostanie ręcznie zamknięte przez użytkownika (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),
 - d) tekst powyższego oświadczenia będzie wyjustowany oraz wpisany czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB #000000) ARIAL na szarym tle (kod szesnastkowy RGB #BEBEBE),
 - e) czcionka powinna odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej na ww. stronie internetowej, tekst umieszczony w ramce, o rozmiarze takim, aby była ona w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie, z uwzględnieniem marginesu 2,5 cm z każdej strony,
 - f) fragment: „*Decyzja Prezesa UOKiK nr RWR 7/2023*” będzie stanowić hipertączę prowadzącą do strony:
https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf,
 - g) w przypadku zmiany nazwy Ubea Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana - odpowiednio - przez Spółkę, za pośrednictwem Spółki lub jej następcy prawnego, ze wskazaniem dawnej i nowej nazwy,
2. Ubea Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu opublikuje, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, na swój koszt na swoim profilu na portalu Facebook (na dzień wydania decyzji jest to profil o nazwie: Ubea dostępny pod adresem: <https://facebook.com/Ubeapl>), komunikat o treści (dalej: komunikat):

„Konsumencie, w związku z decyzją Prezesa #UOKiK wydaną w dniu 18 września 2023 r., nr RWR 7/2023 Ubea Sp. z o.o. informuje, że stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. #decyzjaUOKiK

Szczegółowe informacje na temat praktyk Ubea Sp. z o.o. dostępne są w decyzji Prezesa #UOKiK nr RWR 7/2023 z dnia 18 września 2023 r., opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [tutaj zostanie dodane hipertączę (link) odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem www.uokik.gov.pl].”

Powyższy komunikat zostanie opublikowany w ten sposób, że:

- a) komunikat będzie dostępny i utrzymywany na publicznie dostępnym profilu Spółki prowadzonym w języku polskim (na dzień wydania niniejszej decyzji jest to profil o nazwie: Ubea dostępny pod adresem: <https://facebook.com/Ubeapl>), przez okres 3 (trzech) miesięcy od dnia zamieszczenia przedmiotowej informacji na ww. profilu;
- b) komunikat zostanie zamieszczony w serwisie Facebook w sposób umożliwiający stałe zapoznanie się użytkownika z jego treścią, tj. tak, by tekst komunikatu został umieszczony w Aktualnościach jako najbardziej aktualna informacja wyświetlona przez użytkownika ww. serwisu (komunikat powinien zostać przypięty);
- c) komunikat zostanie zamieszczony tak, by był dostępny dla wszystkich użytkowników serwisu Facebook, tj. aby w ustawieniach prywatności miał status „publiczny”;
- d) wielkość i rodzaj czcionki powinna odpowiadać wielkości i rodzajowi czcionki zwyczajowo używanej w serwisie Facebook;
- e) w przypadku zmiany profilu Spółki do czasu zakończenia realizacji obowiązku, komunikat zostanie opublikowany na innym polskojęzycznym profilu w serwisie Facebook prowadzonym przez Spółkę;
- f) w przypadku zmiany nazwy Spółki, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Spółki lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej,

IV. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689), w związku z uznaniem praktyk, o których mowa w pkt I i II sentencji decyzji, za naruszające zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Ubea Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, kary pieniężne:

1. w wysokości **27 995 zł** (dwadzieścia siedem tysięcy dziewięćset dziewięćdziesiąt pięć złotych), z tytułu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w punkcie I sentencji niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa;
2. w wysokości **31 728 zł**, (trzydzieści jeden tysięcy siedemset dwadzieścia osiem złotych), z tytułu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w punkcie II sentencji niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa.

V. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689) oraz art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2023 r. poz. 775), w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża Ubea Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 28,10 zł (słownie: dwadzieścia osiem złotych 10/100) i zobowiązuje do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

- (1) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: **Prezes Urzędu, Prezes UOKiK**) otrzymał sygnał konsumencki, informujący o możliwych nieprawidłowościach w zakresie stosowanej przez Ubea sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu (dalej: **Spółka, Ubea, przedsiębiorca**) reklamy. Z sygnału tego wynikało, że w przypadku znalezienia przez konsumenta tańszej oferty ubezpieczenia OC - pomimo zawartej w reklamie informacji - Spółka nie wypłaca 300 zł. Dodatkowo, na stronie Spółki nie zamieszczono regulaminu promocji. Ponadto, regulamin serwisu Ubea.pl nie zawierał informacji o promocji.
- (2) W dniu 25 stycznia 2022 r. - postanowieniem Nr RWR 5/2022 - Prezes Urzędu - wszczął postępowanie wyjaśniające, mające na celu wstępne ustalenie, czy w związku z działalnością prowadzoną przez Spółkę, polegającą na prowadzeniu działalności agenta ubezpieczeniowego przy udziale internetowego serwisu pod adresem <https://ubea.pl>, mogło dojść do naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w sposób uzasadniający wszczęcie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689; dalej: ustawa okik).
- (3) Na podstawie poczynionych w trakcie postępowania wyjaśniającego ustaleń, Prezes Urzędu, w dniu 14 października 2022 r. - postanowieniem Nr RWR 68/2022 (dalej: Postanowienie) - wszczął postępowanie w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, opisanych w pkt I oraz II sentencji decyzji.
- (4) Jednocześnie, postanowieniem Nr RWR 69/2022 z tej samej daty, zaliczył w poczet dowodów postępowania w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, część materiału dowodowego zebranego w trakcie ww. postępowania wyjaśniającego, prowadzonego pod sygn. RWR.403.6.2022.KŚ.
- (5) W piśmie z dnia 15 listopada 2022 r., odpowiadając na zawiadomienie o wszczęciu postępowania, Spółka ustosunkowała się do postawionych zarzutów, uznając je za nietrafne.
- (6) Ubea zaznaczyła, że objęte Postanowieniem praktyki reklamowe nie skutkują powstaniem jakichkolwiek uszczerbków po stronie konsumentów. W przypadku oferty „Bon 300 zł” (dalej: Promocja) konsument może jedynie nie uzyskać gratyfikacji 300 złotych, jednakże nie są to środki, które w innych okolicznościach byłyby mu należne. Natomiast w przypadku informacji dotyczących liczby ubezpieczycieli, których oferty są dostępne za pośrednictwem Ubea, konsument - jeżeli ograniczy się do posłużenia się kalkulatorem online, a nie skorzysta z możliwości kontaktu z konsultantem - uzyska prezentację mniejszej liczby ofert niż liczba ubezpieczycieli wskazywana w reklamach. W ocenie Spółki powyższe, nie godzi jednak w interesy konsumentów. Jediną negatywną konsekwencją, zdaniem Ubea, jest rozczarowanie wynikające z odmiennego niż założone przez Ubea zrozumienia komunikatów marketingowych.
- (7) Spółka wskazała, że celem jej praktyk reklamowych było zwrócenie uwagi konsumentów na usługi Ubea, które ze względu na model biznesowy umożliwiają uzyskanie jak najtańszych ofert ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej

posiadaczy pojazdów mechanicznych (dalej: OC). Powyższy cel jest zbieżny z interesami konsumentów, którzy z uwagi na specyfikę ubezpieczenia OC kierują się przy wyborze oferty jedynie jego kosztem. Dodatkowo Spółka wskazała, że nie miała na celu ukrywania regulaminu oferty Promocji i na każdy wniosek konsumenta go udostępniała.

- (8) Zdaniem Ubea, liczba ofert ubezpieczycieli dostępnych w ramach działalności Ubea odpowiada przekazom reklamowym, z zastrzeżeniem, że pełna liczba dostępna była przez konsultanta, „natomiast w przypadku kalkulatora online konsument i tak widział rzeczywistą liczbę ubezpieczycieli przedstawiających ofertę jako wynik przeprowadzonej kalkulacji¹”.
- (9) Spółka wskazała, że z uwagi na charakter praktyk objętych Postanowieniem wykluczone było zniekształcenie zachowań konsumentów, polegających na podjęciu decyzji dotyczącej jakiegokolwiek umowy - praktyki te zmierzały jedynie do zwrócenia uwagi na jej działalność i zachętę do zapoznania się z ofertą, natomiast same w sobie nie zmierzały do doprowadzenia konsumenta do podjęcia jakiegokolwiek decyzji kontraktowej - takie decyzje konsument podejmował nie w oparciu o przekazy reklamowe, lecz późniejsze czynności (kalkulację online, rozmowę z konsultantem).
- (10) Spółka wskazała, że z uwagi na specyfikę rynku ubezpieczeń komunikacyjnych OC w Polsce, jego uczestnicy tj. zakłady ubezpieczeń oraz dystrybutorzy ubezpieczeń (przede wszystkim agenci ubezpieczeniowi, tak wyłączni, jak i multiagenci, w tym porównywarki ubezpieczeń) w ramach komunikacji z klientem zmuszone są do wykorzystywania w zasadzie jedyne narzędzia marketingowego, tj. zaproponowania najtańszej oferty. Tym samym, w komunikacji marketingowej pośredników ubezpieczeniowych dominują przekazy podkreślające zarówno dostępność ubezpieczenia OC przy jak najniższym koszcie dla klienta, jak też szeroki podmiotowy zakres dostępnych propozycji ubezpieczenia (ilość zakładów ubezpieczeń), zwiększający prawdopodobieństwo uzyskania możliwie najtańszej oferty. Spółka uważa, że możliwość skorzystania z usług takich jak oferowane przez Ubea, w ramach których konsumenci mogą znaleźć tańszą ofertę, należy ocenić pozytywnie, a komunikacja marketingowa zwiększająca świadomość konsumentów w zakresie dostępności takich usług powinna być postrzegana jako zjawisko pożądane.
- (11) Ubea podniosła, że modelowy przeciętny konsument, który jest adresatem jej komunikacji marketingowej objętej Postanowieniem, odznacza się zrozumieniem dla uproszczeń funkcjonujących w Internecie w zakresie reklamy i w konsekwencji krytycznie podchodzi do napotkanych informacji, weryfikując ich treść. Jest to zatem konsument o podwyższonym standardzie ostrożności. Taki konsument wykazuje także zrozumienie dla tego, że określone oferty, zwłaszcza zapewniające dodatkowe, niestandardowe korzyści, mają pewne warunki, które powinny być spełnione, i zmierza do ustalenia treści tych warunków. W praktyce, potwierdzają to kierowane do Ubea zapytania użytkowników Internetu o regulamin Promocji. W szczególnym przypadku usługi polegającej na ubezpieczeniu OC oraz

¹ Pismo Spółki z 15 listopada 2022 r.

usługach pośrednictwa w tym zakresie takie podejście konsumenta jest uzasadnione powszechnością i powtarzalnością korzystania z tego rodzaju usługi.

- (12) W konsekwencji, zdaniem Ubea należy przyjąć, że uproszczenia wynikające z praktyk objętych Postanowieniem nie powinny wprowadzać konsumenta w błąd, gdyż mamy do czynienia z konsumentem, którego poziom ostrożności i krytycyzmu w ramach korzystania z usług takich jak świadczone przez Ubea w internecie, powinien prowadzić do zrozumienia, że w przypadku Promocji muszą istnieć warunki formalizujące zasady z niej skorzystania.

Odnosnie do punktu I sentencji tej decyzji, Spółka podała:

- (13) Odnosnie do Promocji Ubea wyjaśniła, iż przekaz reklamowy w sposób prawdziwy wskazywał na zobowiązanie Spółki do zapłaty 300 złotych w przypadku, gdyby konsument uzyskał na rynku (poza Ubea) ofertę zawarcia umowy ubezpieczenia OC tańszą, aniżeli najtańsza możliwa oferta spośród dostępnych za pośrednictwem Ubea. Stwierdziła, że „sam fakt, że funkcjonował regulamin Promocji, choć nie było to wyeksponowane w przekazie reklamowym, nie mógł w ocenie Ubea wprowadzać konsumentów w błąd co do warunków otrzymania gratyfikacji 300 złotych”.

- (14) Spółka wskazała, że nawet gdyby przyjąć, że brak odniesienia do regulaminu i zawartych w nim warunków skorzystania z oferty, jak również brak publicznego udostępnienia regulaminu, skutkuje brakiem po stronie konsumenta wiedzy, jakie warunki w tym zakresie Ubea ustanowiła, to w sytuacji takiej konsument nie dokonuje żadnej „decyzji dotyczącej umowy”. Zdaniem Spółki, Promocja, nie wiąże się z podjęciem przez konsumenta decyzji dotyczącej zawarcia, zmiany w zakresie wykonywania, czy rozwiązania jakiegokolwiek umowy. Spółka podała, że konsument jedynie zgłasza się do Ubea z „zewnętrzną” ofertą ubezpieczenia OC i następnie dokonywana jest weryfikacja, czy Ubea jest w stanie zapewnić ofertę tańszą. Jednocześnie Spółka wskazała, że choć regulamin przewiduje, że warunkiem wypłaty 300 złotych jest rzeczywiste skorzystanie z tańszej „zewnętrznej” oferty, to po pierwsze wymóg ten odnosi się do umowy wybranej przez klienta bez uczestnictwa Ubea, a jednocześnie, wymagane jest to wyłącznie w celu realizacji bonu na 300 złotych. Spółka zwróciła uwagę, że przedmiotem postępowania jest sam przekaz reklamowy, który sam w sobie nie prowadzi do żadnych konsumenckich zachowań dotyczących umów. Spółka wyjaśniła, że konsument może, co prawda skorzystać z zawarcia umowy za jej pośrednictwem, ale nie jest to związane z bonem na 300 złotych, tylko z chęcią skorzystania z tańszej oferty, której uprzednio nie znalazł.

Odnosnie do punktu II sentencji decyzji, Spółka podała:

- (15) W ocenie Ubea „dopuszczalnym uproszczeniem” jest, wskazana w Postanowieniu, formuła komunikacji o liczbie ubezpieczycieli, którzy są dostępni za pośrednictwem Spółki, bez różnicowania o jaki kanał kontaktu z Ubea chodzi. Ponieważ Ubea udostępnia dwie formy pozyskiwania przez klientów ofert (kalkulacja online oraz kontakt z konsultantem), w ocenie Spółki nie stanowi wprowadzania w błąd podawanie do wiadomości w komunikacji marketingowej liczby ubezpieczycieli dostępnych za pośrednictwem konsultanta.

- (16) Spółka wskazała, że nawet gdyby pierwsze wrażenie konsumenta po odbiorze komunikatów marketingowych Spółki wskazanych w Postanowieniu było takie, iż chodzi o liczbę ubezpieczycieli dostępnych przez kalkulator online, to okoliczność ta była bardzo łatwo weryfikowalna dla konsumentów bez jakiegokolwiek szkody po ich stronie: mianowicie po skorzystaniu z kalkulatora online dany konsument widział listę rezultatów - ofert ubezpieczenia wraz ze wskazaniem ubezpieczyciela stojącego za daną ofertą.
- (17) Ubea podniosła, że w zakresie komunikacji marketingowej dotyczącej liczby ubezpieczycieli, których oferty są dostępne za pośrednictwem Ubea, brak jest elementu wprowadzenia konsumenta w błąd. Tym samym, w ocenie Spółki, konsument może dzięki temu wnioskować, że przedstawione oferty stanowią pełny wynik wyszukiwania i wyczerpują liczbę ubezpieczycieli, których oferty są porównywane. Ubea wyjaśnia, że nawet jeśli konsument zdecyduje się skorzystać z jednej z ofert przedstawionych przez kalkulator online, to decyzja w tym zakresie jest podejmowana w oparciu o przekonanie konsumenta co do liczby ubezpieczycieli przedstawionych ofert jako wynik działania kalkulatora, nie zaś w oparciu o przekonanie wyrobione na podstawie komunikacji marketingowej. Dodatkowo Spółka wskazuje, że należy przyjąć, że jeżeli konsument decyduje się na skorzystanie z jednej z ofert przedstawionych jako wynik kalkulacji online, to oznacza, że odpowiada mu zaproponowana składka ubezpieczeniowa.
- (18) Podtrzymując swoje stanowisko Ubea wskazała, że jej zamiarem jest dochowanie w obrocie najwyższych standardów staranności oraz prowadzenie działalności w sposób zgodny z uzasadnionymi oczekiwaniami organów regulujących funkcjonowanie podmiotów rynku ubezpieczeniowego. Dlatego podjęła decyzję w przedmiocie dostosowania przekazów marketingowych do oczekiwań Prezesa UOKiK, wskazując, że od 14 listopada 2022 r.:
1. zawarła w przekazach reklamowych dotyczących Promocji informację, że szczegółowe warunki tej oferty są regulowane w osobnym dokumencie. Informacja ta stanowi link do regulaminu oferty;
 2. zamieściła na stronie internetowej zawierającej kalkulator online bezpośredni link do pliku zawierającego regulamin oferty;
 3. zrezygnowała z przekazów reklamowych zawierających wskazanie liczby ubezpieczycieli, których oferty są dostępne za pośrednictwem Spółki, w taki sposób, aby nie zawierały one informacji o liczbie ubezpieczycieli w sposób mogący sugerować liczbę większą niż rzeczywista w przypadku kalkulacji dokonywanej online. W przypadku przywrócenia tego rodzaju treści do komunikacji marketingowej Spółki stosowane będą rozwiązania odmienne do dotychczasowych, wykluczające ryzyko mylnego (niezgodnego ze stanem faktycznym) przypisania przez konsumenta określonej liczby ubezpieczycieli dostępnych za pośrednictwem Ubea do danego kanału kontaktu z Ubea.
- (19) Ubea wniosła o umorzenie postępowania na podstawie art. 105 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2023 r. poz. 775, dalej: kpa) w związku z art. 83 ustawy okik. Wskazała, że bezprzedmiotowość postępowania wynika z braku potrzeby interwencji Prezesa UOKiK w formie władczej, z uwagi na zmianę praktyk Ubea oraz brak zagrożenia interesów konsumentów dotychczasowymi praktykami.

- (20) Wskazała także, że dostrzega możliwość zakończenia postępowania w trybie art. 28 ustawy okik jako właściwego w sytuacji, w której mogą pozostawać różnice między poglądami Spółki i Prezesa Urzędu, co do pewnych aspektów stosowanych przez nią praktyk.
- (21) Spółka wskazała, że pozostaje w gotowości do przyjęcia zobowiązania w postaci zaoferowania dopłaty dla klientów w wysokości [informacja prawnie chroniona] złotych (w formie cashback) w przypadku zdecydowania się przez klienta na zawarcie umowy ubezpieczenia OC ze składką (w ujęciu rocznym) nie mniejszą niż [informacja prawnie chroniona] złotych za pośrednictwem Ubea. Dopłata dotyczyłaby umów ubezpieczenia OC zawieranych w okresie [informacja prawnie chroniona].
- (22) Prezes Urzędu pismem z 27 marca 2023 r. zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego i o możliwości zapoznania się z aktami sprawy.
- Przedsiębiorca nie skorzystał z tego uprawnienia.

Prezes UOKiK ustalił następujący stan faktyczny:

- (23) Ubea spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą we Wrocławiu jest zarejestrowana w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000458356, o numerze identyfikacji podatkowej (NIP) 8992743210 i kapitale zakładowym całkowicie wpłaconym w wysokości 5 000 złotych. Przedmiotem jej działalności jest m.in.: działalność agentów i brokerów ubezpieczeniowych, działalność portali internetowych, działalność centrów telefonicznych (call center), działalność związana z oceną ryzyka i szacowaniem poniesionych strat. Spółka jest wpisana do Rejestru Agentów Ubezpieczeniowych KNF pod numerem ewidencyjnym 11215059/AF.
- (24) Ubea prowadzi działalność agenta ubezpieczeniowego przy wykorzystaniu internetowego serwisu pod adresem <https://ubea.pl>. Zajmuje się pośredniczeniem w sprzedaży ubezpieczeń, głównie ubezpieczeń OC dla samochodów osobowych zarejestrowanych prywatnie na osoby fizyczne. W serwisach internetowych, w których prowadzi działania promocyjne, informuje, że z jej usług korzysta miesięcznie ponad 100 tys. klientów oraz że wykonała ponad 2 mln kalkulacji. Zgodnie z informacjami ujawnionymi w ww. Rejestrze Agentów Ubezpieczeniowych KNF, Spółka działa na rzecz oraz posiada pełnomocnictwa następujących zakładów ubezpieczeń:
1. Compensa Towarzystwo Ubezpieczeń Spółka Akcyjna Vienna Insurance Group,
 2. Aviva Towarzystwo Ubezpieczeń Ogólnych Spółka Akcyjna,
 3. SIGNAL IDUNA Polska Towarzystwo Ubezpieczeń Spółka Akcyjna,
 4. Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń Spółka Akcyjna,
 5. Generali Towarzystwo Ubezpieczeń Spółka Akcyjna,
 6. Inter Partner Assistance SA Oddział w Polsce,
 7. Towarzystwo Ubezpieczeń i Restrukturyzacji WARTA Spółka Akcyjna,
 8. Signal Iduna Życie Polska Towarzystwo Ubezpieczeń Spółka Akcyjna,

9. Wiener Towarzystwo Ubezpieczeń Spółka Akcyjna Vienna Insurance Group,
10. Powszechny Zakład Ubezpieczeń Spółka Akcyjna,
11. ZAVAROVANICA TRIGLAV D.D.,
12. Wefox Insurance AG spółka akcyjna oddział w Polsce,
13. Towarzystwo Ubezpieczeń i Restrukturyzacji Allianz Polska Spółka Akcyjna,
14. LINK 4 Towarzystwo Ubezpieczeń Spółka Akcyjna,
15. „TUZ” Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych.

Ustalenia w zakresie praktyki z punktu I sentencji decyzji:

(25) W materiałach reklamowych, zamieszczanych na Facebook’u oraz Google (w tym serwis Youtube, będącym częścią Google), Spółka informowała konsumentów, że zaoferuje „na 100%” najtańsze OC. W przeciwnym wypadku konsument otrzyma kwotę 300 zł. Treść komunikatów brzmiała następująco:

- „300 zł dla Ciebie jeśli znajdziesz tańsze OC”,
- „Nasz konsultant znajdzie dla Ciebie na 100% najtańsze OC. Jeśli nie, otrzymasz od nas bon na 300 zł”,
- „Masz taniej? 300 zł dla ciebie”,
- „Znajdziesz tańsze OC niż u nas? 300 zł dla Ciebie”,
- „Jeśli znajdziesz tańsze OC 300 zł dla Ciebie”,
- „Na Ubea.pl znajdziesz najtańsze OC. Jeśli nie wypłacimy Ci 300 zł”.

Dowód: wydruk zrzutu z ekranu, <https://ubea.pl/> [dostęp: 1.08.2022 r.], karta: 30,

wydruk zrzutu z ekranu:

https://kalkulator.ubea.pl/?_ga=2.175355808.32599637.1657189644-1152663707.1652355160&_gac=1.15844994.1656668745.EAlalQobChMllofnH_bPX-AIV1kiRBROFDQ4fEAAYAAEgKnufD_BwE [dostęp 1.08.2022 r.], karta: 31, materiały udostępnione przez Everest sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, stanowiące załącznik do pisma z dnia 5.05.2022 r., karta: 76,

wydruk zrzutu z ekranu:

https://facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=all&country=ALL&view_all_page_id=1547693202128484&search_type=page&media_type=all, [dostęp: 8.07.2022 r.], karta: 26,

wydruk zrzutu z ekranu:

https://facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=all&country=ALL&view_all_page_id=1547693202128484&search_type=page&media_type=all [dostęp: 8.07.2022 r.], karta: 25,

wydruk zrzutu z ekranu: <https://youtube.com/watch?v=CYPVbsW5iJM> [dostęp: 1.07.2022 r.], karty: 20, 21.

Widok reklamy zamieszczonej w serwisie Youtube prezentował się w następujący sposób:

Na ubea.pl zawsze znajdziesz najtańsze OC



Reklama Ubea.pl

184 662 wyświetlenia...

👍 22

🗨️ NIE PODOBA MI SIĘ

➦ UDOSTĘPNIJ

≡+ ZAPISZ

...



Ubea
65 subskrybentów

SUBSKRYBUJ

Pierwsza reklama video Ubea.pl. Surowa i prosta ale mamy apetyt na więcej :)

Źródło: zrzut ekranu, <https://youtube.com/watch?v=CYPVbsW5iJM> [dostęp: 1.07.2022 r.], karta: 21.

Jeśli nie wyplacimy Ci 300zł!



Reklama Ubea.pl

184 662 wyświetlenia...

👍 22

🗨️ NIE PODOBA MI SIĘ

➦ UDOSTĘPNIJ

≡+ ZAPISZ

...



Ubea
65 subskrybentów

SUBSKRYBUJ

Pierwsza reklama video Ubea.pl. Surowa i prosta ale mamy apetyt na więcej :)

Źródło: zrzut ekranu, <https://youtube.com/watch?v=CYPVbsW5iJM> [dostęp: 1.07.2022 r.], karta: 20.

- (26) Z ww. reklam konsumenci czerpali informację, że na Ubea.pl znajdują najtańsze OC i konsultant Spółki przedstawi najkorzystniejszą cenowo ofertę OC.

Gdyby się okazało, że Ubea nie będzie mogła zaproponować tańszego ubezpieczenia, konsumentowi zostanie wypłacone 300 zł.

Dowód: *wydruk zrzutu z ekranu:*

<https://youtube.com/watch?v=CYPVbsW5iJM> [dostęp: 1.07.2022 r.], karta: 21,

wydruk zrzutu z ekranu: <https://youtube.com/watch?v=CYPVbsW5iJM> [dostęp: 1.07.2022 r.], karta: 20.

- (27) Tymczasem, na podstawie otrzymanego sygnału konsumentckiego oraz analizy informacji w internecie stwierdzono, że w przypadku znalezienia przez konsumenta tańszej oferty umowy ubezpieczenia OC, Spółka nie wypłacała obiecanych 300 zł. Z relacji konsumentów wynika, że za pomocą funkcjonalności „kalkulatora Ubea” kalkulowali wysokość ubezpieczenia OC/AC dla określonego pojazdu, a następnie udawało im się znaleźć ofertę korzystniejszą cenowo od oferty wyliczonej przez porównywarkę. Wobec powyższego, podejmowali kontakt ze Spółką, ponieważ liczyli na wypłatę, komunikowanych w reklamach 300 zł. Po zainicjowanym przez konsumenta kontakcie, konsultant Ubea informował, że ww. gratyfikacja nie zostanie wypłacona, ponieważ nie zostały spełnione pozostałe warunki ujęte w „REGULAMINIE PROMOCJI BON 300 ZŁ” (dalej: Regulamin). Dopiero wówczas - po rozmowie lub wymianie maili z konsultantem - konsument dowiadywał się, że istnieje Regulamin. Spółka nie udostępniała go konsumentom na swojej stronie internetowej. Powyższą sytuację potwierdzały zamieszczone w Internecie wypowiedzi konsumentów np.: „Czy można zaufać firmie, która nie udostępniła jawnie na swojej stronie www oraz profilu na Facebooku regulaminu promocji?”.

Dowód: *wydruk zrzutu z ekranu:*

https://facebook.com/Ubeapl/reviews/?ref=page_internal [dostęp: 1.07.2022 r.], karta: 22,

wydruk zrzutu z ekranu:

https://google.com/search?q=ubea&rlz=1C1GCEU_plCZ984CZ984&oq=ubea&aqs=chrome.0.0i512j69i59j0i10i512j69i59j46i10i199i433i465j0i512j0i10i131i433j46i10i199i433i465j0i512l2.1366j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8#lrd=0x470fc3958beb6f11:0xfd29ab587b566342,1 [dostęp: 1.07.2022 r.], karta:

23,

wydruk zrzutu z ekranu:

https://facebook.com/Ubeapl/reviews/?ref=page_internal [dostęp: 1.07.2022 r.], karta: 24.

- (28) Zgodnie z Regulaminem, z promocji mogli skorzystać konsumenci, którzy na kalkulatorze OC/AC, dostępnym pod adresem <https://kalkulator.ubea.pl>, dokonali kalkulacji ubezpieczenia OC auta, którego są właścicielem, powołali się na informację o promocji oraz spełnili jednocześnie określone w Regulaminie warunki. Wśród obowiązkowych dla skorzystania z promocji przesłanek organizator wymienił:

- zamówienie kontaktu z podaniem prawidłowego numeru maksymalnie na 7 dni przed rozpoczęciem ochrony dla swojego pojazdu (data ubezpieczenia pojazdu);
- przedstawienie własnej, tańszej oferty od ubezpieczyciela, wyliczonej na bazie tych samych parametrów jak ta, którą przedstawił konsultant Ubea, przedstawiającą w sposób czytelny wszystkie te parametry;

- podjęcie negocjacji cenowych z konsultantem Ubea, mających na celu uzyskanie lepszych warunków cenowych od własnej tańszej, oferty od ubezpieczyciela;
- przesłanie potwierdzenia opłacenia własnej tańszej oferty od ubezpieczyciela.

Dowód: *załącznik do pisma Spółki z 8 lutego 2022 r. „REGULAMIN PROMOCJI BON 300 ZŁ”, karty: 6-9.*

(29) Użytkownikom serwisu powołującym się na Promocję, Spółka udostępniała Regulamin dopiero po zainicjowanym przez konsumenta kontakcie telefonicznym lub mailowym. Regulamin wysyłany był na adres e-mail konsumenta. Spółka przedstawiła potwierdzenia [informacja prawnie chroniona] udostępnień regulaminu na prośbę konsumentów.

Dowód: *pismo Spółki z 11 listopada 2022 r., karty: 61-62.*

(30) Z Regulaminu wynika, że z promocji mogli skorzystać konsumenci, którzy na kalkulatorze OC/AC (dostępnym pod adresem <https://kalkulator.ubea.pl>), dokonali kalkulacji ubezpieczenia OC auta, którego są właścicielem, powołali się na informację o promocji oraz spełnili jednocześnie dodatkowe warunki określone w Regulaminie (wcześniej niedostępny).

Dowód: *załącznik do pisma Spółki z 8 lutego 2022 r. „REGULAMIN PROMOCJI BON 300 ZŁ”, karty: 6-9.*

(31) Spółka wskazała Prezesowi Urzędu, że żadna osoba nie zakwalifikowała się do wypłaty bonu 300 zł, ponieważ wszystkim zaproponowano tańszą ofertę. Jednocześnie Ubea wskazała, że nie prowadzi rejestru osób zgłaszających znalezienie tańszego ubezpieczenia. Prowadzony przez nią rejestr obejmuje jedynie osoby, którym wypłacono częściową „rekompensatę” tzw. cashback² i te, które kwalifikują się do jej wypłaty. Z dotychczasowych wniosków o wypłatę bonu 300 zł, [informacja prawnie chroniona] osób dostało od Ubea tańszą ofertę z uwzględnieniem tzw. cashback.

Dowód: *pismo Spółki z 8 lutego 2022, karta: 2.*

(32) Od 14 listopada 2022 r. Spółka udostępniła nowy regulamin (dalej: Regulamin promocji) na stronie <https://kalkulator.ubea.pl/>. Od tej daty Spółka zrezygnowała częściowo z komunikacji marketingowej w zakresie Promocji. Aktualne pozostają odnoszące się do Promocji komunikaty na portalu Facebook.

Dowód: *wydruk zrzutu z ekranu: <https://kalkulator.ubea.pl/>[dostęp: 5.05.2023 r.], karta: 83,*

² Procedura realizacji promocji wygląda następująco: w przypadku zgłoszenia się przez konsumenta z ofertą tańszą od oferty obliczonej przy użyciu kalkulatora Ubea, Spółka stara się przedstawić mu korzystniejszą cenowo ofertę, „poprzez negocjacje z ubezpieczycielami lub też poprzez zwrot części składki za zakup polisy”. Spółka wskazała następujący przykład, aby pokazać jak wygląda w praktyce procedura realizacji promocji: „Jeśli klient posiada aktualną najtańszą ofertę w towarzystwie ubezpieczeń Link4 za 800 zł, Ubea proponuje mu zawarcie ubezpieczenia taniej w Link4 poprzez swoje kody rabatowe od Link4 i/lub proponuje zwrot 30 zł od kwoty jaką klient zapłaci za kupioną polisę. Jest realizowane tzw. cashbackiem - przelewem na konto klienta. Taka promocja daje klientowi pewność, że kupując polisę przez Ubea, zapłaci za nią taniej. Ubea dopłaca do polisy klienta. Bon 300 zł jest wypłacany w sytuacji gdy Ubea poprzez swój cashback lub kody promocyjne nie jest w stanie zaproponować tańszego ubezpieczenia”.

wydruk zrzutu z ekranu: https://facebook.com/Ubeapl?locale=pl_PL [dostęp: 23.03.2023 r.], karta: 71,

wydruk zrzutu z ekranu:

https://facebook.com/photo/?fbid=511008114369488&set=ecnf.100063809110464&locale=pl_PL [dostęp: 23.03.2023 r.], karta: 72,

wydruk zrzutu z ekranu: <https://ubea.pl/300/> [dostęp: 23.03.2023 r.], karta: 73.

- (33) Od początku kampanii marketingowej związanej z Promocją (tj. w okresie od 1 lipca 2021 r. do 19 października 2022 r.) za pośrednictwem Ubea zostało wystawionych [informacja prawnie chroniona] polis³.

Dowód: pismo Spółki z 11 listopada 2022 r., karta: 61.

Ustalenia w zakresie praktyki z punktu II sentencji tej decyzji

- (34) Na swoich stronach internetowych Ubea wskazuje, że „kalkulator Ubea” pozwala na porównanie ofert polis OC/AC np. 10, 12, 13, 17 czy 20 firm ubezpieczeniowych. Informacje dotyczące liczby towarzystw ubezpieczeniowych są rozbieżne w zależności od wersji komunikatu.

Dowód: wydruk zrzutu z ekranu: <https://ubea.pl/> [dostęp: 1.08.2022 r.], karta: 30,

wydruk zrzutu z ekranu:

https://kalkulator.ubea.pl/?_ga=2.175355808.32599637.1657189644-1152663707.1652355160&_gac=1.15844994.1656668745.EAlalQobChMllofnH_bPX-AIV1kiRBR0FDQ4fEAAyAAEgKnufD_BwE [dostęp 1.08.2022 r.], karta: 27,

wydruk zrzutu z ekranu:

https://kalkulator.ubea.pl/?_ga=2.175355808.32599637.1657189644-1152663707.1652355160&_gac=1.15844994.1656668745.EAlalQobChMllofnH_bPX-AIV1kiRBR0FDQ4fEAAyAAEgKnufD_BwE [dostęp: 8.07.2022 r.], karta: 33

wydruk zrzutu z ekranu: <https://pl-pl.facebook.com/Ubeapl/> [dostęp: 8.07.2022 r.], karta: 28.

Widok przykładowych reklam na stronie internetowej Spółki prezentuje się następująco:



Kalkulator ubezpieczenia OC AC NNW

Kalkulator Ubea umożliwi Ci:

1. Wyliczenie i porównanie cen ubezpieczenia samochodu w PZU, Link4, Allianz (dawniej Aviva), Proama, Generali, UNIQA, TUZ, Beesafe, Wiener oraz Benefia.

! Nasz konsultant znajdzie dla Ciebie na 100% najtańsze OC. Jeśli nie, otrzymasz od nas bon na 300 zł!

³ [informacja prawnie chroniona]

Źródło: zrzut z ekranu: https://kalkulator.ubea.pl/?_ga=2.175355808.32599637.1657189644-1152663707.1652355160&_gac=1.15844994.1656668745.EAlalQobChMlofnH_bPX-AIV1kiRBROFDQ4fEAAyAAEgKnufD_BwE [dostęp 1.08.2022 r.], karta 27.

Porównywarka ubezpieczeń OC/AC

Szukasz taniego OC i dobrego AC? Dzięki porównywarcie Ubea.pl szybko porównasz oferty ubezpieczenia OC i AC z wielu towarzystw.

Źródło: zrzut z ekranu, <https://ubea.pl/> [dostęp: 1.08.2022 r.], karta: 30.

- (35) Na stronie internetowej Spółki podawano takie informacje jak np. „Oferty 20 firm w 60 sekund”, zaś na profilu na Facebooku informowano: „1 klik i ... 12 ofert OC/AC”. Konsumenci chcąc obliczyć za pomocą funkcjonalności porównywarki Ubea oferty ubezpieczeń OC/AC byli informowani, m.in., że „Przy pomocy Ubea.pl poznasz ceny ubezpieczenia” w 13 towarzystwach ubezpieczeniowych. Z ww. reklam konsumenci czerpali informację, że samo skorzystanie z kalkulatora Ubea, pozwala na bezpośrednie wyliczenie ofert polis OC/AC np. 10, 12, 13, 17 czy 20 firm ubezpieczeniowych.

Dowód: wydruk zrzutu z ekranu: <https://ubea.pl/> [dostęp: 1.08.2022 r.], karta: 30,

wydruk zrzutu z ekranu: <https://pl-pl.facebook.com/Ubeapl/> [dostęp: 8.07.2022 r.], karta: 28,

wydruk zrzutu z ekranu:

https://kalkulator.ubea.pl/?_ga=2.175355808.32599637.1657189644-1152663707.1652355160&_gac=1.15844994.1656668745.EAlalQobChMlofnH_bPX-AIV1kiRBROFDQ4fEAAyAAEgKnufD_BwE [dostęp: 8.07.2022 r.], karta: 27.

- (36) Tymczasem, w piśmie do UOKiK z 15 listopada 2022 r. Ubea wskazała, że kalkulator online pozwala na bezpośrednie wyliczenie na stronie internetowej ofert 6 ubezpieczycieli: Link4, Benefia24, TUZ, Wiener, Proama, Generali. Natomiast

dopiero podjęcie przez konsumenta dodatkowych czynności pozwala na zapoznanie się z ofertami większej liczby ubezpieczycieli. Przykładowo na stronie kalkulatora zamieszczono link, który przekierowuje konsumentów na strony internetowe ubezpieczycieli: Uniqa i Beesafe, gdzie konsument może samodzielnie obliczyć ich składkę. Natomiast dopiero po zamówieniu kontaktu z konsultantem Ubea, konsumentom mogą zostać przedstawione oferty OC/AC 8 innych towarzystw ubezpieczeniowych, tj.: Warta, HDI, Allianz, Trasti, Wefox, Interrisk, Euroins i Fitcaso.

Dowód: *pismo Spółki z 15 listopada 2022 r., karta: 61.*

- (37) Kampania poprzez Google przysporzyła Ubea w okresie 1 lipca 2021 r. - 28 października 2022 r. [informacja prawnie chroniona] obejrzenia reklam, a kampanie Facebook osiągnęła łączny zasięg [informacja prawnie chroniona] użytkowników. Liczba wizyt ok. [informacja prawnie chroniona] miesięcznie.

Dowód: *pismo Spółki z 15 listopada 2022 r., karta: 59.*

- (38) Wartość obrotu (przychodu wskazanego w rachunku zysków i strat) Spółki za rok 2022 wynosi [informacja prawnie chroniona] zł. Przychody Spółki z tytułu usług pośrednictwa ubezpieczeniowego w zakresie ubezpieczeń OC/AC za okres od 1 lipca 2021 r. do 30 września 2022 r. wynoszą [informacja prawnie chroniona] zł.

Dowód: *załącznik do pisma Spółki z 5 kwietnia 2023 r. „Sprawozdanie finansowe za 2022 rok”, karty: 79- 82.*

Oceniając przedstawiony stan faktyczny Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Naruszenie interesu publicznego

- (39) Stosownie do art. 1 ust. 1 oraz 2 ustawy okik ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. W ocenie Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, ponieważ wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, do których kierowana jest oferta Ubea. Dodatkowo praktyki określone w pkt I i II decyzji dotyczą nie tylko tych konsumentów, którzy zawierają lub zamierzają zawrzeć za pośrednictwem Ubea umowę OC, ale również każdej osoby która zapoznała się z komunikatami marketingowymi Spółki dotyczącymi Promocji lub dotyczącymi liczby ubezpieczycieli, których oferty są przez Spółkę porównywane w kalkulatorze online.

Naruszenie zakazu określonego w art. 24 ustawy okik

- (40) Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy okik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast art. 24 ust. 2 ustawy okik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy okik).

- (41) W związku z powyższym, dla uznania działania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie okik zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, należy wykazać kumulatywne spełnienie trzech przesłanek:

1. kwestionowane zachowanie jest działaniem przedsiębiorcy;
2. zachowanie to jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami;
3. zachowanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów.

Status przedsiębiorcy

- (42) Zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów adresowany jest wyłącznie do przedsiębiorców. Bezsporne w sprawie jest, że Ubea, będąc osobą prawną, posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy oik oraz odpowiednio art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2023 r. poz. 221).

Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami

- (43) Zgodnie z art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845, dalej: upnpr) zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych. Jak stanowi 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.

- (44) Definicję praktyki rynkowej zawiera art. 2 pkt 4 upnpr wskazując, że za taką uznaje 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**. Bez wątplenia oceniane w niniejszej sprawie działania Ubea, sprowadzające się do zamieszczania na stronach internetowych treści reklamowych odnoszących się do oferowanych usług, mieści się w definicji praktyki rynkowej.

- (45) Przechodząc do kwestii działania przedsiębiorcy należy mieć na uwadze art. 5 ust. 1 upnpr, zgodnie z którym 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. Zgodnie z art. 5 ust. 2 pkt 1 i 2 upnpr, „wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji” oraz „rozpowszechnianie prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd”. Stosownie zaś do brzmienia art. 5 ust. 4 upnpr 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. Interpretując zatem 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 konsumenta, do którego jest skierowana, lub dociera, i która ze względu na swoją zwodniczą naturę może zniekształcić jego zachowanie rynkowe.

Model przeciętnego konsumenta

- (46) Upnpr odwołuje się do pojęcia przeciętnego konsumenta. Zgodnie z art. 2 pkt 8 upnpr przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny 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.

- (47) Kwestionowane praktyki (przedstawianie ofert towarzystw ubezpieczeniowych i ewentualne pośredniczenie w zawarciu umowy ubezpieczenia) dotyczą określonej, dającej się wyodrębnić grupy konsumentów, którą tworzą posiadacze samochodów. Są to przy tym osoby poszukujące ofert OC/AC za pośrednictwem stron internetowych, a zatem posiadające umiejętność korzystania z tego medium. Tak zdefiniowany konsument, posiada pewną wiedzę i orientację w rzeczywistości, nie można jednak uznać, że jego świadomość dotycząca oferty Spółki jest na tyle pełna, że ma on wiedzę na temat wszystkich działań sprzedażowych zarówno Spółki, jak i ubezpieczycieli. Taki konsument ma prawo traktować podawane mu informacje za rzetelne, prawdziwe - a w szczególności jako niewprowadzające w błąd. Ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób jasny i jednoznaczny. W zakresie przedmiotowej sprawy, brak przesłanek, aby uznać, że konsument - zapoznając się z ofertą Spółki - powinien zachować szczególną ostrożność.
- (48) Nie można zatem zgodzić się ze Spółką, w ocenie której wiedza konsumentów na temat przesady i uproszczeń funkcjonujących w internecie w zakresie reklamy jest niemal zupełna, a krytycyzm do napotkanych informacji, skutkuje weryfikowaniem przez nich każdej napotkanej treści marketingowej. Podkreślić jednocześnie trzeba, że nawet założona znajomość przesady używanej w hasłach reklamowych nie zwalnia przedsiębiorców od podawania w nich informacji prawdziwych i rzetelnych. Wspomniane uproszczenia nie mogą prowadzić do przekazywania informacji nieznajdujących pokrycia w rzeczywistości i wywołujących błędne wrażenie o prezentowanej ofercie.

Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt I decyzji

- (49) Pierwsza z przypisanych Spółce praktyk polega na stosowaniu nieuczciwej praktyki, o której mowa w art. 5 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 2 w zw. z art. 4 upnr, poprzez rozpowszechnianie na stronach internetowych informacji sugerujących, że wystarczającym dla uzyskania gratyfikacji finansowej w kwocie 300 zł, jest obliczenie przez konsumentów - użytkowników serwisu ubea.pl - na tzw. „kalkulatorze OC/AC” dostępnym pod adresem <https://kalkulator.ubea.pl> ubezpieczenia OC auta i przedstawienie tańszej oferty od ubezpieczyciela, niż ta wyliczona przez ww. porównywarkę.
- (50) W toku postępowania ustalono, że w przekazie marketingowym Spółki pojawiały się komunikaty wskazujące, że znalezienie i przedstawienie Ubea, przez konsumenta, korzystniejszej cenowo oferty ubezpieczenia OC będzie skutkowało wypłatą kwoty 300 zł. Do konsumenta, był kierowany jednoznaczny i kategoryczny komunikat, np. „300 zł dla Ciebie jeśli znajdziesz tańsze OC”. Tak skonstruowana reklama miała istotny wpływ na podejmowanie przez konsumentów decyzji. Z materiału dowodowego wynika, że konsumenci pod wpływem ww. błędnego przekazu reklamowego inicjowali kontakt ze Spółką.

- (51) Publikowane w internecie wypowiedzi konsumentów wskazywały na ich dezorientację w zakresie warunków udziału w Promocji. Konsumenti, którzy nie zainicjowali kontaktu ze Spółką w sprawie warunków promocji, nie mieli szansy dowiedzieć się o jej zasadach. Prezes Urzędu ustalił, że informacja o ww. Regulaminie nie była dostępna na stronie internetowej Spółki i Regulamin był udostępniany konsumentowi dopiero po zainicjowaniu kontaktu ze Spółką.
- (52) Decyzja dotycząca umowy w omawianym stanie faktycznym sprowadzała się do sytuacji, w której konsument - pod wpływem kampanii reklamowej - zainteresował się Promocją i podjął działania zmierzające do skorzystania z tej promocji.
- (53) Działanie polegające na wprowadzeniu w błąd jako rodzaj nieuczciwej praktyki rynkowej nie musi finalnie doprowadzić do dokonania przez przeciętnego konsumenta czynności prawnej, której - gdyby nie działał pod wpływem błędu - by nie podjął. Elementem konstrukcyjnym decyzji konsumenta nie jest sam fakt jej dokonania, tj. w omawianym przypadku zawarcie umowy OC lub AC z towarzystwem ubezpieczeniowym. Kluczowe znaczenie odgrywa natomiast wewnętrzne przekonanie konsumenta, odbiór przez niego komunikatu reklamowego, który prowadzi do przyjęcia oraz zrozumienia najważniejszych informacji, jakie płyną z ww. przekazu marketingowego. Reklama stanowi specyficzny środek przekazu, który ma dotrzeć do potencjalnych klientów, usługobiorców i skłonić do zainteresowania się reklamowanym produktem.
- (54) Jednocześnie okoliczność, iż konsument po zainicjowaniu kontaktu ze Spółką uzyska informację dotyczącą dodatkowych warunków, których spełnienie jest konieczne dla skorzystania z Promocji nie ma wpływu na sam fakt wprowadzenia w błąd. Zainteresowanie się ofertą, fakt zainicjowania kontaktu ze Spółką pod wpływem błędnego przekazu reklamowego, stanowi już okoliczność obciążającą przedsiębiorcę i prowadzi do stwierdzenia stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej. Wobec tego, podnoszone w toku postępowania przez Spółkę argumenty wskazujące, iż konsument miał możliwość zapoznania się z warunkami Promocji po zainicjowaniu kontaktu ze Spółką, pozostają bez znaczenia dla oceny jej działań wskazanych w punkcie I sentencji decyzji.
- (55) Podkreślić należy, że w trakcie trwania kampanii ani razu nie wypłacono konsumentowi bonifikaty w wysokości 300 zł. Powyższa okoliczność wskazuje, że rzeczywiste warunki promocji czyniły w istocie uzyskanie reklamowanego profitu niemożliwym lub nadmiernie utrudnionym. Tym samym istotność pomijanych warunków była bardzo duża. Opisana praktyka polegała na obietnicy gratyfikacji po spełnieniu przez konsumentów określonych warunków, przy czym Spółka wiedziała, że spełnienie tych warunków będzie trudne, a nawet niemożliwe. Jest to więc sytuacja, w której Spółka przyciąga konsumentów atrakcyjną reklamą, a jednocześnie nie informuje ich, o istotnych warunkach potrzebnych do uzyskania obiecanej gratyfikacji pieniężnej.
- (56) Podsumowując, w opinii Prezesa Urzędu, przeciętny konsument, będący odbiorcą kampanii reklamowej Spółki, po zapoznaniu się z informacjami udostępnionymi na stronie internetowej Ubea, miał prawo spodziewać się, iż podane przez Spółkę informacje dotyczące „promocji BON na 300 zł” są wystarczające dla otrzymania wskazanej przez nią gratyfikacji. Pozbawiony

kluczowych informacji odnośnie warunków „promocji” konsument, nie był w stanie określić zasadności odmowy wypłaty przez Spółkę gratyfikacji, co może prowadzić do prowadzić do pewnej dezorganizacji działań konsumentów i doznania przez nich zawodu.

- (57) Tym samym w ocenie Prezesa Urzędu, zachowanie Spółki stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 2 oraz art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 upnr.

Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt II decyzji

- (58) Druga z przypisanych Spółce praktyk polega na stosowaniu nieuczciwej praktyki, o której mowa w art. 5 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 upnr, poprzez wprowadzające w błąd rozpowszechnianie na stronach internetowych prowadzonych przez Spółkę nieprawdziwych informacji wskazujących, że tzw. „kalkulator Ubea” posiada funkcjonalność, która - w zależności od wersji komunikatu - pozwala na porównanie ofert polis OC/AC 10, 12, 13, 17 czy 20 firm ubezpieczeniowych.

- (59) W toku postępowania ustalono, że przekazywane przez Spółkę informacje są nieprawdziwe, ponieważ kalkulator ma możliwość wyliczenia bezpośrednio ofert jedynie 6 ubezpieczycieli. Konsumenti mogą zatem pozostawać w przekonaniu, że przedstawione przez kalkulator porównania, to najkorzystniejsze oferty spośród uwzględnionych ofert 10, 12, 13, 17 czy 20 firm ubezpieczeniowych.

- (60) Konsumenti zachęteni przekazem reklamowym, zawierającym nieprawdziwą informację o liczbie ofert towarzystw ubezpieczeniowych, licząc m.in. na oszczędność czasu, korzystają z porównywarki Ubea. Zgodnie z przekazem reklamowym kalkulator Ubea ma pozwolić na porównanie ofert nawet „20 firm w 60 sekund”. Jako wynik porównania konsumentom wyświetlają się oferty 6 towarzystw ubezpieczeniowych, ponieważ w rzeczywistości porównywarka pozwala na bezpośrednie wyliczenie ofert właśnie tylu ubezpieczycieli. Konsumenti jednak nie mają takiej informacji, tym samym, pozostając pod wpływem wcześniejszego przekazu reklamowego, nie mają podstaw by sądzić, że przedstawione oferty to wszystkie oferty, które zostały przez kalkulator Ubea porównane. W konsekwencji, kierowanie się przez konsumentów nieprawdziwą informacją, podawaną przez Spółkę, może prowadzić do podjęcia niekorzystnej decyzji w zakresie zakupu ubezpieczenia OC/AC.

- (61) Przekazywanie nieprawdziwych informacji prowadzi do wywołania mylnego (niezgodnego z rzeczywistym stanem rzeczy) wyobrażenia o oferowanym przez Ubea produkcie, a w konsekwencji do zniekształcenia wyboru rynkowego konsumenta. Wskazać przy tym należy, że dla kwalifikacji praktyki rynkowej jako wprowadzającej w błąd wystarczy to, że praktyka chociażby potencjalnie może spowodować powzięcie przez konsumenta decyzji dotyczącej produktu, której by nie podjął, gdyby dysponował rzetelną informacją na jej temat. Pod wpływem nieprawdziwych, wprowadzających w błąd informacji, konsument nie ma bowiem prawidłowego rozeznania co do oferowanych mu usług, a co za tym idzie pozbawiony jest możliwości dokonania w pełni świadomych wyborów rynkowych.

- (62) Jak zauważyła Spółka, w komunikacji marketingowej pośredników ubezpieczeniowych istotne znaczenie odgrywa przekaz odnoszący się do zakresu

podmiotowego dostępnych propozycji ubezpieczenia. Konsumenci, przy wyborze oferty ubezpieczenia OC, kierują się głównie kryterium ceny. Tym samym, im większa ilość zakładów ubezpieczeniowych, których oferty są prezentowane, tym większe prawdopodobieństwo uzyskania możliwie najkorzystniejszej cenowo oferty.

- (63) Poprzez przekazywanie ww. nieprawdziwych informacji Spółka naruszyła podstawowy obowiązek informacyjny względem konsumenta, pozbawiając go informacji co do rzeczywistej liczby ubezpieczycieli, których oferty uwzględnia udostępniona przez Ubea funkcjonalność porównywarki OC. Pod wpływem wprowadzających w błąd sugestii Spółki, przeciętny konsument mógł podjąć decyzję dotyczącą zawarcia umowy ubezpieczenia OC, której by nie podjął, gdyby miał świadomość zakresu działania „kalkulatora Ubea”.
- (64) W ocenie Prezesa Urzędu przekazywanie nieprawdziwych informacji o rzeczywistej liczbie ubezpieczycieli, których oferty uwzględnia tzw. porównywarka OC/AC, świadczyło o zamiarze Spółki pozyskania jak największej liczby klientów i uzyskania maksymalnych zysków z zawieranych przez nich umów ubezpieczenia pojazdu za pośrednictwem Spółki. Konsumenci byli pozbawieni możliwości weryfikacji ww. nieprawdziwych informacji, w efekcie czego mogli podejmować mniej korzystne decyzje związane z zakupem ubezpieczenia OC/AC.
- (65) Tym samym w ocenie Prezesa Urzędu, zachowanie Spółki stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

- (66) Przez zbiorowy interes należy rozumieć interes dotyczący ogółu (zbiorowości), którego naruszenie ma miejsce, gdy skutkami działań przedsiębiorcy dotknięty jest pewien krąg uczestników rynku - konsumentów. Zachowanie przedsiębiorcy godzące w zbiorowe interesy konsumentów jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa w odniesieniu do każdego z konsumentów - nie zaś jedynie określonego konsumenta - i zagraża ono, przynajmniej potencjalnie, interesom każdego z członków zbiorowości. Zaistnienie przestanki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów nie jest przy tym bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały naruszone wskutek działań przedsiębiorcy.
- (67) Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązanie jest z naruszeniem 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 (naruszenie o charakterze pozaekonomicznym).
- (68) W niniejszej sprawie mamy do czynienia z godzeniem w zbiorowe interesy konsumentów zainteresowanych porównaniem ofert ubezpieczenia OC/AC i w konsekwencji zakupieniem takiego ubezpieczenia. Na praktyki Ubea był narażony każdy konsument chcący skorzystać z porównania ofert i wyliczenia ubezpieczenia OC, dzięki udostępnianej przez Spółkę porównywarkę internetowej - tzw. kalkulatora Ubea. Działanie Spółki nie dotyczyło zatem interesów

poszczególnych osób, lecz uprawnień szerokiego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy.

- (69) W sprawie doszło do naruszenia zarówno ekonomicznych, jak i pozaekonomicznych interesów prawnych konsumentów w wyniku nieprzekazywania pełnych informacji odnośnie warunków Promocji i przekazywaniu informacji nieprawdziwych w odniesieniu do liczby ubezpieczycieli których oferty porównuje tzw. kalkulator Ubea.
- (70) W odniesieniu do Promocji, konsumenci zachęteni przekazem marketingowym podejmowali działania zmierzające do uzyskania bonifikaty 300 zł. Wypełniali szereg czynności, motywowani gratyfikacją pieniężną. Jednocześnie, starania konsumentów okazywały się daremne, ponieważ Ubea nie udostępniła wszystkich przesłanek warunkujących uzyskanie ww. kwoty pieniężnej. Z punktu widzenia ekonomicznego, konsumenci byli więc poszkodowani.
- (71) Aspekt ekonomiczny naruszenia interesów konsumentów, pojawia się także w zakresie podawania przez Spółkę zawyżonej liczby towarzystw ubezpieczeniowych, których oferty są porównywane przez „kalkulator Ubea”. Konsumenci mogą pozostawać w błędnym przekonaniu, że przedstawione wyniki wyszukiwania to zestawienie najkorzystniejszych ofert, spośród deklarowanej przez Spółkę, większej liczby ofert ubezpieczycieli. Tacy konsumenci, rezygnują z dalszych poszukiwań tańszego ubezpieczenia OC/AC co może doprowadzić do mniej korzystnego cenowo wyboru oferty ubezpieczenia. Tym samym, konsumenci, co najmniej mogą podejmować decyzje dotyczące zakupu ubezpieczenia OC lub AC.
- (72) Przejaw niemajątkowy praktyki objętej punktem I sentencji decyzji przejawia się w szeregu czynności, które konsumenci podejmowali pozostając w błędnym przekonaniu dotyczącym warunków Promocji, Konsumenci, w zasadzie pozbawieni możliwości zapoznania się z Regulaminem poświęcali swój czas i wkładali swoją energię w poszukiwanie korzystniejszej oferty ubezpieczenia OC. Ich starania były wielokrotnie bezcelowe, co wiązało się z dodatkowym rozczarowaniem i poczuciem, że zostali oszukani.
- (73) Aspekt niemajątkowy praktyki objętej zarzutem 2 wiąże się z pozbawieniem konsumentów możliwości dokonania w pełni świadomego wyboru ubezpieczenia OC/AC, a także z narażeniem konsumentów na stres i rozczarowanie w sytuacji, gdy okaże się, że istniała możliwość zakupienia ubezpieczenia OC w atrakcyjniejszej cenie w towarzystwie ubezpieczeniowym, którego „kalkulator Ubea” nie uwzględnił podczas porównania.
- (74) **Mając powyższe na uwadze, uznać należy, że spełnione zostały wszystkie przesłanki umożliwiające przypisanie Spółce stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wskazanych w pkt I i II sentencji decyzji.**

Ocena, czy stwierdzone praktyki zostały zaniechane

- (75) Spółka poinformowała, że od 14 listopada 2022 r. w przekazach reklamowych dotyczących Promocji, zamieściła link odsyłający do Regulaminu promocji, zawierającego szczegółowe warunki tej oferty. Spółka przekazała także wizualizację „banerów internetowych” ze zmodyfikowanym przekazem reklamowym.

(76) Podczas weryfikacji przekazanych informacji stwierdzono, że na stronie internetowej zawierającej kalkulator online Ubea zamieściła bezpośredni link do pliku z Regulaminem promocji. Spółka usunęła także ze swojej strony internetowej i profili na portalach społecznościowych: Facebook, Instagram oraz Google komunikaty reklamowe odnoszące się do Promocji. Jedyny zidentyfikowany przez Prezesa Urzędu komunikat odnoszący się do tej promocji, znajduje się na stronie „kalkulatora Ubea” w następującej formie: „Zamów kontakt z naszym konsultantem i negocjuj swoje OC/AC. Jeśli nasze OC nie będzie najtańsze - 300 zł dla Ciebie. Sprawdź regulamin promocji BONUS 300 zł”, przy czym zdanie: „Sprawdź regulamin promocji BONUS 300 zł” stanowi hipertączę prowadzące do strony Regulaminu promocji.

Tym samym uznano, że praktyka z pkt 1 sentencji decyzji została zaniechana z dniem 14 listopada 2022 r.

(77) W piśmie z 15 listopada 2022 r. Spółka poinformowała także, że od 14 listopada 2022 r. rezygnuje z przekazów reklamowych, zawierających wskazanie liczby ubezpieczycieli, których oferty są dostępne za jej pośrednictwem, w taki sposób, aby nie zawierały one informacji o liczbie ubezpieczycieli w sposób mogący sugerować liczbę większą niż rzeczywista w przypadku kalkulacji wykonywanych online. W przypadku przywrócenia tego rodzaju treści do komunikacji marketingowej Spółki, zgodnie z jej deklaracją, stosowane będą rozwiązania odmienne od dotychczasowych, wykluczające ryzyko mylnego (niezgodnego ze stanem faktycznym) przypisania przez konsumenta określonej liczby ubezpieczycieli dostępnych za pośrednictwem Ubea do danego kanału kontaktu z Ubea.

(78) Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika jednak, że - wbrew powyższym zapewnieniom - Spółka nadal stosuje wprowadzające w błąd, nieprawdziwe informacje, odnoszące się do liczby towarzystw ubezpieczeniowych, których oferty są porównywane przez „kalkulator Ubea”. Aktualnie Spółka posługuje się następującym przekazem marketingowym, na stronach Facebook, Instagram: „1 klik i... 12 ofert OC/AC”, „oferty 20 firm w 60 sekund”, „Porównywarka ubezpieczeń 16 firm, wypełnij formularz i sprawdź ofertę”, oraz w wyszukiwarce Google: „Oferty z 20 firm w 60 sekund!”.

Oznacza to, że praktyka z pkt II sentencji decyzji nie została zaniechana.

Obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia

(79) Zgodnie z art. 26 ust. 2 ustawy okik w decyzji stwierdzającej stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. W myśl art. 26 ust. 4 ustawy okik środki, o których mowa w ust. 2, powinny być proporcjonalne do wagi i rodzaju naruszenia oraz konieczne do usunięcia jego skutków. W świetle art. 27 ust. 4 ustawy okik, powyższe przepisy mają również zastosowanie do decyzji wydawanych na podstawie jej art. 27 ust. 2.

(80) W sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu środków usunięcia trwających skutków stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, stwierdzonych w punktach I i II sentencji decyzji. Na przedsiębiorcę

nałożony został obowiązek opublikowania oświadczenia o wydaniu tej decyzji na oficjalnej stronie internetowej Ubea oraz komunikatu na profilu Spółki na portalu społecznościowym Facebook - w sposób określony w punktach III.1 i III.2 sentencji decyzji.

(81) Nakładając na Spółkę ww. środki usunięcia trwających skutków naruszenia, Prezes Urzędu miał na uwadze, iż powinny być one proporcjonalne do wagi i rodzaju naruszenia oraz konieczne do usunięcia jego skutków. Środki te spełniają wszystkie wymienione przesłanki. Z uwagi na podawanie przez Spółkę informacji wprowadzających konsumentów w błąd, zarówno prawdziwych, jak i nieprawdziwych, należało położyć szczególny nacisk na zrealizowanie celów informacyjnych decyzji. Nałożone obowiązki informacyjne, w ocenie Prezesa Urzędu, pozwolą zrealizować te cele wobec konsumentów, gdyż prowadzić będą do przekazania możliwie najszerszemu kręgowi odbiorców informacji o działaniach Spółki, uznanych za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Oświadczenie zostanie zaprezentowane na stronie internetowej Spółki, na której publikowane są wszelkie informacje dotyczące jej działalności. W ocenie Prezesa UOKiK, strona internetowa to medium o licznym gronie odbiorców, które przez swoją powszechność i nieograniczoną czasowo dostępność, jest w stanie najskuteczniej dotrzeć do świadomości odbiorców. Informacja o rozstrzygnięciu Prezesa UOKiK zostanie również przekazana za pośrednictwem mediów społecznościowych, poprzez portal Facebook, dzięki czemu zwiększy się zasięg informacji.

(82) Wobec powyższego, Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie III sentencji decyzji.

Ocena wniosku Spółki o wydanie decyzji na podstawie art. 28 ustawy okik

(83) W trakcie postępowania Spółka wskazała, że dostrzega możliwość zakończenia postępowania w trybie art. 28 ustawy okik. W ramach złożonego zobowiązania Ubea wskazała, że zaniechała stosowania kwestionowanych przez Prezesa Urzędu praktyk oraz proponuje wypłacenie dopłaty w wysokości [informacja prawnie chroniona] zł (w formie cashback) klientom, którzy zdecydują się na zawarcie umowy ubezpieczenia OC ze składką (w ujęciu rocznym) nie niższą niż [informacja prawnie chroniona] zł za pośrednictwem Ubea. Dopłata dotyczyłaby jedynie umów ubezpieczenia OC zawieranych w okresie [informacja prawnie chroniona].

(84) Podejmując decyzję o uwzględnieniu bądź nieuwzględnieniu wniosku przedsiębiorcy o wydanie decyzji zobowiązującej go do podjęcia lub zaniechania określonych działań, Prezes Urzędu bierze pod uwagę całokształt okoliczności rozstrzyganej sprawy, w tym rodzaj naruszeń przedsiębiorcy, jak również skutki uwzględnienia przedmiotowego wniosku. Oceniając propozycję zobowiązania Prezes UOKiK uwzględnił, iż zakwestionowane praktyki trwały - co najmniej - prawie półtora roku. Kampania poprzez Google przysporzyła Ubea (w okresie 1 lipca 2021 r. - 28 października 2022 r.) [informacja prawnie chroniona] obejrzeń reklam, a kampania Facebook osiągnęła łączny zasięg [informacja prawnie chroniona] użytkowników, co przekłada się na miesięczną liczbę wizyt w przybliżeniu [informacja prawnie chroniona].

(85) Tym samym, w ocenie Prezesa UOKiK, działanie zaproponowane przez (opisane w nb. 83) uznać należy za dalece niewystarczające. Propozycja

zobowiązania w żaden sposób nie prowadzi do usunięcia skutków stosowanych praktyk, nie zakłada także wymiernych korzyści po stronie konsumentów. Ostateczne rozstrzygnięcie o ewentualnym zastosowaniu środka z art. 28 ustawy okik powinno być zgodne nie tyle z interesem przedsiębiorcy, co przede wszystkim z interesem konsumentów. Zaproponowane zobowiązanie, nawet w części nie zadośćuczyni naruszeniom, których Spółka się dopuściła. Biorąc pod uwagę powyższe, Prezes Urzędu, działając w ramach przyznanej mu przez ustawodawcę władzy dyskrecyjnej, **nie uwzględnił wniosku Spółki o wydanie decyzji w trybie art. 28 ustawy okik.**

Rozstrzygnięcie o karze pieniężnej - pkt III sentencji decyzji

- (86) Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy okik, 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 okik.
- (87) Zgodnie z art. 106 ust. 1 ustawy okik, kara pieniężna może być nałożona, jedynie w przypadku gdy do naruszenia przepisów tej ustawy doszło co najmniej nieumyślnie. Zgodnie z art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy okik, wysokość nakładanej kary pieniężnej ustalana jest z uwzględnieniem w szczególności okoliczności naruszenia przepisów tej ustawy oraz uprzedniego naruszenia, a w przypadku kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy okik - także okresu, stopnia i skutków rynkowych naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes UOKiK ocenia, biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia. Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie.
- (88) Art. 106 ust. 3 ustawy okik, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje m.in. w pkt 1, że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości.
- (89) Art. 106 ust. 5 ustawy okik 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.
- (90) Z kolei art. 106 ust. 6 ustawy okik 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.
- (91) W toku postępowania ustalono, iż obrót Ubea w roku 2022, mieścił się na poziomie [informacja prawnie chroniona] zł, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 30 grudnia 2022 r., tj. 4,6899 zł,

stanowi po zaokrągleniu równowartość [informacja prawnie chroniona] euro. Obrót ten jest więc wyższy niż 100 000 euro, co uzasadnia zastosowanie przy nałożeniu na przedsiębiorcę kary pieniężnej art. 106 ust. 1 ustawy okik, bez odniesienia do szczegółowych zasad ustalania wysokości kary przewidzianych w ust. 5 i 6 tego przepisu.

- (92) Zgodnie z art. 106 ust. 1 ustawy okik, kara pieniężna może być nałożona, jedynie w przypadku gdy do naruszenia przepisów tej ustawy doszło co najmniej nieumyślnie.
- (93) Zgodnie z art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy okik, wysokość nakładanej kary pieniężnej ustalana jest z uwzględnieniem w szczególności okoliczności naruszenia przepisów tej ustawy oraz uprzedniego naruszenia, a także okresu, stopnia i skutków rynkowych naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes UOKiK ocenia, biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia. Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie.
- (94) Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy okik, 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.
- (95) Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy okik wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonanym naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.
- (96) W ocenie Prezesa Urzędu, w niniejszej sprawie zachodzą przesłanki do wymierzenia kar pieniężnych z uwagi na cele prewencji indywidualnej i ogólnej, jak również cel represyjny. Nałożenie kar służyć będzie jako środek odstrasżający od stosowania podobnych praktyk w przyszłości (prewencja indywidualna).
- (97) Rozstrzygnięcie o karze będzie również sygnałem dla innych przedsiębiorców, w tym konkurentów spółki działających na rynku pośrednictwa ubezpieczeniowego, że tego typu działania nie mogą być podejmowane - pod rygorem sankcji finansowej (prewencja ogólna).
- (98) Ustalając wysokość kar pieniężnych, o których mowa w pkt IV.1 oraz IV.2 sentencji decyzji, Prezes UOKiK uwzględnił przede wszystkim ujawnione w toku niniejszego postępowania okoliczności skutkujące naruszeniem przepisów ustawy okik, a także okres ich stosowania. Ustalając wysokość poszczególnych kar Prezes Urzędu miał również na uwadze, iż Spółka dotychczas nie podejmowała działań naruszających przepisy ustawy okik.

Kara pieniężna dotycząca praktyki określonej w pkt I decyzji

Okoliczności naruszenia przepisów ustawy

(99) Okoliczności naruszenia zostały szczegółowo już opisane wyżej. W tym postępowaniu stwierdzono stosowanie przez Spółkę nieuczciwej praktyki rynkowej, polegającej na zamieszczaniu na stronach internetowych prowadzonych przez Ubea Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu, prawdziwych informacji o treści: „300 zł dla Ciebie jeśli znajdziesz tańsze OC” lub tożsamy, sugerujących, że warunkiem wystarczającym dla skorzystania z Promocji jest przedstawienie przez konsumenta oferty ubezpieczenia OC w niższej niż zaproponowana w ramach funkcjonalności tzw. „kalkulator Ubea” cenie, podczas gdy aby otrzymać 300 zł należy spełnić pozostałe warunki określone w Regulaminie. W ten sposób Spółka kierowała do konsumentów wprowadzający w błąd przekaz, pod wpływem którego konsumenci mogli podejmować decyzję w zafałszowanych warunkach informacyjnych.

Okres stosowania zarzucanej praktyki

(100) Jeśli chodzi o czas trwania naruszenia, to trwało ono od 1 lipca 2021 r. do 14 listopada 2022 r. Jest to czas od rozpoczęcia akcji promocyjnej „Bon na 300 zł” do momentu zaniechania przez Spółkę stosowania tej praktyki (tj. upublicznienia Regulaminu promocji poprzez zamieszczenie link do pliku, w którym się znajduje, na stronie internetowej zawierającej kalkulator). W związku z tym, przyjmując, że czas trwania praktyki, to ponad 1 rok i 4 miesiące, należy uznać, iż praktyka ta miała charakter długotrwały.

Stopień i skutki rynkowe naruszenia

(101) Naruszenie opisane w pkt I sentencji decyzji mogło powodować daleko idące, niekorzystne skutki rynkowe. Praktyka ta naruszała pozaekonomiczne interesy konsumentów, takie jak prawo do uczestnictwa w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych.

(102) Przekazy reklamowe Spółki były tak sformułowane, aby przyciągnąć uwagę tych konsumentów, którym zależy na niskich cenach produktów oraz wytworzyć u nich przeświadczenie, iż produkty oferowane przez Ubea są najtańsze na rynku. Pod wpływem tak skonstruowanych przekazów, konsumenci szukali tańszego niż zaproponowane przez Ubea ubezpieczenia OC. Dopiero na etapie zgłaszania znalezienia korzystniejszego cenowo produktu, po zainicjowaniu kontaktu ze Spółką, dowiadywali się o dodatkowych warunkach Promocji. Tym samym, konsumenci ponosili koszty pozaekonomiczne w postaci poświęconego czasu na poszukiwanie alternatywnych ofert.

(103) Dodać trzeba, że warunki Promocji, w ocenie Prezesa UOKiK zostały tak skonstruowane, by maksymalnie utrudnić otrzymanie promowanej gratyfikacji. O rzeczywistym braku możliwości wypełnienia warunków określonych w Regulaminie świadczy to, że w trakcie trwania kampanii **ani razu nie wypłacono konsumentom bonifikaty w wysokości 300 zł**. Zamiarem Ubea nie było zatem, aby jak największa liczba konsumentów skorzystała z promocji, ale to, żeby w opinii konsumentów uchodzić za najtańszą firmę pośredniczącą w sprzedaży ubezpieczeń, gdyż nikomu nie udało się znaleźć tańszego produktu. Konsument, zwłaszcza ten zwracający szczególną uwagę na cenę, mógł poczuć się zachęcony reklamami do podjęcia próby znalezienia ubezpieczenia OC w niższej cenie. Gdyby jednak znał rzeczywiste warunki Promocji, mógłby odnieść inne wrażenie z uwagi na poziom ich skomplikowania i czasochłonność. W rezultacie przedmiotowej praktyki, konsument

kierując się przekazem reklamowym Spółki, podejmował szereg starań celem skorzystania z Promocji, które w każdym przypadku okazywały się bezowocne.

- (104) Jak to zostało wskazane przy przedstawianiu modelu przeciętnego konsumenta, każdy korzystający z internetu posiadacz samochodu mógł zostać narażony na stosowaną przez Ubea praktykę. Mając powyższe na uwadze wskazać należy, iż skutki stosowania kwestionowanej praktyki mają wymiar pozafinansowy i dotyczą szerokiego grona konsumentów.
- (105) Mając na względzie powyżej przedstawione okoliczności, ustalono kwotę bazową kary na poziomie [informacja prawnie chroniona] % obrotu uzyskanego przez przedsiębiorcę w 2022 r. (w wysokości [informacja prawnie chroniona] zł), co stanowi kwotę w wysokości **18 663,25 zł**.
- (106) W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

Okoliczności obciążające i łagodzące

- (107) W przypadku tej praktyki wystąpiły okoliczności obciążające, polegające na umyślności działania przedsiębiorcy oraz znacznym zasięgu terytorialnym opisywanej praktyki lub jej skutków.
- (108) Wskazać w tym miejscu należy, iż na przedsiębiorcach spoczywa obowiązek przestrzegania w toku prowadzonej działalności gospodarczej obowiązujących przepisów prawa. Prezes UOKiK zauważa, iż w sytuacji kiedy Spółka zdecydowała się wprowadzić do swojego modelu prowadzenia działalności promocję dla konsumentów to wszelkie informacje kierowane do konsumentów w tym zakresie, a także sposób ich przekazywania powinien odpowiadać prawu.
- (109) Kampania reklamowa, zwłaszcza podejmowana przez profesjonalny podmiot, nie jest dziełem przypadku ani też efektem spontanicznych działań. Przeciwnie, w przekonaniu Prezesa Urzędu, każdy element kampanii (w tym np. elementy graficzne i słowne w emitowanej/eksponowanej reklamie) - jest szczegółowo analizowany i dobierany pod kątem wpływu na odbiorcę (potencjalnego konsumenta). Informacje atrakcyjne (np. o wypłacie 300 zł) są eksponowane, a te, które mogą zniechęcać - „ukrywane”, a wręcz nieujawniane (tu: rzeczywiste warunki promocji). Tego typu zabiegi nie mogą odbywać się przypadkowo i bez wiedzy Spółki.
- (110) Z powyższego wynika zatem, iż Ubea, profesjonalnie zajmująca się pośrednictwem w sprzedaży ubezpieczeń, której model biznesowy wiąże się z przekazem reklamowym, powinna znać obowiązujące przepisy prawa, w tym dotyczące stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, w szczególności, że przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym obowiązują od 2007 r.
- (111) W ocenie Prezesa Urzędu, zaniechanie Spółki, w postaci nieudostępnienia konsumentom rzetelnej i pełnej informacji dotyczącej warunków promocji stanowi działanie umyślne. Przekaz reklamowy został sformułowany w ten sposób, że zwracał uwagę konsumentów poprzez eksponowanie odpowiednich informacji (np. „Jeśli znajdziesz tańsze OC 300 zł dla Ciebie”), jednocześnie nie udostępniano

informacji mniej „odpowiednich popytowo” (tu: pozostałe warunki promocji o których mowa w Regulaminie). Prezes UOKiK stoi na stanowisku, że stosowanie przez Spółkę zakwestionowanej praktyki wpłynęło na zachowanie konsumentów. W tym miejscu wskazać należy, iż informacje przekazywane konsumentom dotyczące warunków możliwości otrzymania kwoty 300 zł były istotne z punktu widzenia przeciętnego konsumenta. Wyплата kwoty 300 zł obwarowana była zaś licznymi obowiązkami.

(112) Ubea udostępniła Regulamin, dopiero po zainicjowaniu kontaktu ze strony, zainteresowanego nim konsumenta. Konsumenti kontaktowali się z Ubea, przekonani, że spełniają warunki do wypłaty gratyfikacji 300 zł i dopiero wówczas byli informowani o dodatkowych warunkach promocji. Spółka miała świadomość, że przekaz marketingowy, którym posługiwała się w ramach Promocji jest dla konsumentów niejasny i nie zawiera wszystkich istotnych informacji. Powyższe świadczy o zamiarze wykorzystywania przez Spółkę mylnego przekonania konsumentów, celem zainteresowania swoją ofertą większej liczby osób.

(113) Powyższe okoliczności nie mogą stanowić przypadku, lecz wskazują na przemyślaną strategię. Opisana powyżej okoliczność obciążająca uzasadnia podwyższenie kwoty bazowej kary o 50 %.

(114) W procesie kalkulacji kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę także kolejną okoliczność obciążającą - tj. znaczny zasięg terytorialny naruszenia. Oferta Spółki dostępna jest za pośrednictwem internetu dla konsumentów z terenu całego kraju. Zaś treści wprowadzające w błąd zawarte zostały na powszechnie dostępnej stronie <https://ubea.pl> oraz na kanałach kont Spółki na platformach Facebook, Instagram i Google (w tym serwis Youtube). Wobec powyższego, z publikowanymi na ww. stronach internetowych materiałami reklamowymi mógł zapoznać się każdy odwiedzający je użytkownik internetu. W związku z czym Prezes Urzędu uznał, że zasięg terytorialny opisywanej praktyki był znaczny. Ta okoliczność obciążająca uzasadnia podwyższenie kwoty bazowej kary o kolejne 20%.

(115) Kalkulując wymiar kary pieniężnej Prezes UOKiK uwzględnił jako okoliczność łagodzącą, fakt, że Spółka zaniechała stosowania praktyki. Jak ustalono, 14 listopada 2022 r. Ubea zamieściła na swojej stronie internetowej Regulamin promocji. Opisana okoliczność łagodząca uzasadnia obniżenie kwoty bazowej kary o 20 %.

(116) Wymienione okoliczności obciążające uzasadniają zatem podwyższenie kwoty bazowej o 70%, natomiast okoliczności łagodzące obniżenie o 20% - na skutek łącznego uwzględnienia tych okoliczności kwotę bazową podniesiono o 50%. A zatem, za praktykę opisaną w pkt I sentencji decyzji, Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 27 995 zł (dwadzieścia siedem tysięcy dziewięćset dziewięćdziesiąt pięć złotych), co stanowi [informacja prawnie chroniona] % obrotu osiągniętego przez Ubea w roku 2022.

Kara pieniężna dotycząca praktyki określonej w pkt II decyzji

Okoliczności naruszenia przepisów ustawy

(117) Okoliczności naruszenia zostały już opisane szczegółowo wcześniej w niniejszej decyzji. W niniejszym postępowaniu stwierdzono stosowanie przez Spółkę nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na zamieszczaniu na stronach

internetowych prowadzonych przez Ubea, nieprawdziwych informacji wskazujących, że tzw. „kalkulator Ubea” posiada funkcjonalność, która w zależności od wersji komunikatu, pozwala na porównanie ofert polis OC/AC np. 10, 12, 13, 17 czy 20 firm ubezpieczeniowych, podczas gdy porównuje on oferty 6 ubezpieczycieli, a dopiero zamówienie kontaktu telefonicznego z konsultantem umożliwia porównanie ofert 17 zakładów ubezpieczeniowych.

Okres stosowania zarzucanej praktyki

(118) Jeśli chodzi o czas trwania naruszenia, to trwa ono co najmniej od 9 listopada 2020 r. (zrzut z ekranu: <https://pl-pl.facebook.com/Ubeapl/> [dostęp: 8.07.2022 r.]). Przyjmując czas trwania praktyki to przeszło 3 lata, należy uznać, iż praktyka ta ma charakter długotrwały.

Stopień i skutki rynkowe naruszenia

(119) Naruszenie opisane w pkt II sentencji decyzji mogło powodować daleko idące, niekorzystne skutki rynkowe. Praktyka ta narusza pozaekonomiczne interesy konsumentów, takie jak prawo do uczestnictwa w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych.

(120) Przekazy reklamowe Spółki są tak sformułowane aby przyciągnąć uwagę konsumentów oraz wytworzyć u nich przeświadczenie, iż dzięki porównaniu ofert wielu zakładów ubezpieczeniowych, „kalkulator Ubea” pozwala na znalezienie najtańszej oferty ubezpieczenia OC na rynku. Informacje przekazywane przez Spółkę w ramach kampanii reklamowej przykuwają uwagę konsumentów. Znalezienie najkorzystniejszej ceny ma być możliwe dzięki porównaniu ofert ubezpieczeń OC znacznie większej (np. 17, 20) liczby towarzystw ubezpieczeniowych niż „kalkulator Ubea” porównuje w rzeczywistości (tj. oferty 6 towarzystw ubezpieczeniowych). Należy przypomnieć, iż polscy konsumenci są szczególnie wrażliwi na cenę. W ocenie Prezesa UOKiK, pod wpływem przekazywanych przez Spółkę informacji, konsumenci korzystają z jej usług pozostając w przeświadczeniu, że liczba porównywanych ofert jest co najmniej dwukrotnie większa. Konsumenci nie są w stanie zweryfikować jaka jest rzeczywista liczba porównywanych ofert i podejmowane przez nich decyzje związane z ewentualnym zakupem ubezpieczenia OC/AC za pośrednictwem Ubea dokonywane są w oparciu o nieprawdziwe informacje.

(121) Mając na względzie powyżej przedstawione okoliczności, ustalono kwotę bazową kary na poziomie [informacja prawnie chroniona] % uzyskanego przez przedsiębiorcę w 2022 r. (w wysokości [informacja prawnie chroniona] zł), co stanowi kwotę w wysokości **18 663,25 zł**.

Okoliczności obciążające

(122) W przypadku tej praktyki również wystąpiły okoliczności obciążające, polegające na umyślności działania Spółki oraz znacznym zasięgu terytorialnym opisywanej praktyki. W tym zakresie aktualne pozostają ustalenia i argumentacja wskazana w uzasadnieniu kary pieniężnej, dotyczącej praktyki z pkt I decyzji (nb. 109 i n.).

(123) W ocenie Prezesa Urzędu, działanie Spółki, w postaci podawania nieprawdziwych informacji odnośnie do liczby ubezpieczycieli, których oferty są

porównywane przez „kalkulator Ubea” stanowi działanie umyślne. Przekaz reklamowy w tym przypadku został oparty o publikowanie nieprawdziwych, informacji, przy jednoczesnym braku możliwości zweryfikowania prawdziwości tych komunikatów przez konsumentów. Spółka, jako podmiot mający dostęp do oferowanej przez siebie funkcjonalności porównywarki, ma świadomość, że jest ona w stanie zestawić oferty 6 towarzystw ubezpieczeniowych. Tym samym ma świadomość, że komunikaty mówiące o porównaniu „ofert 20 firm w 60 sekund” nie są zgodne z prawdą. Powyższe świadczy o zamiarze wykorzystywania przez Spółkę mylnego przekonania konsumentów w celu zainteresowania swoją ofertą większej liczby osób.

- (124) Powyższe okoliczności nie mogą stanowić przypadku, lecz wskazują na przemyślaną strategię. Opisana powyżej okoliczność obciążająca uzasadnia podwyższenie kwoty bazowej kary o 50%.
- (125) W procesie kalkulacji kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę także kolejną okoliczność obciążającą - tj. znaczny zasięg terytorialny naruszenia. Oferta Spółki dostępna jest za pośrednictwem internetu dla konsumentów z terenu całego kraju. Zaś treści wprowadzające w błąd zawarte zostały na powszechnie dostępnej stronie internetowej <https://ubea.pl> oraz na kanałach kont Spółki na platformach Meta (Facebook, Instagram). Wobec powyższego, z publikowanymi na ww. stronach internetowych materiałami reklamowymi może zapoznać się każdy odwiedzający je użytkownik internetu. Zatem zasięg terytorialny praktyki można uznać za bardzo duży. W związku z czym Prezes Urzędu uznał że zasięgu terytorialny opisywanej praktyki był znaczny. Ta okoliczność obciążająca uzasadnia podwyższenie kwoty bazowej kary o kolejne 20%.
- (126) Wymienione okoliczności obciążające uzasadniają zatem podwyższenie kwoty bazowej o 70%. A zatem za praktykę opisaną w pkt II sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 31 728 zł, (trzydzieści jeden tysięcy siedemset dwadzieścia osiem złotych), co stanowi [informacja prawnie chroniona] % obrotu osiągniętego przez Ubea w roku 2022.

Podsumowanie

- (127) W ocenie Prezesa Urzędu, wysokość kar pieniężnych jest adekwatna do okresu, stopnia i okoliczności naruszenia przepisów ustawy okik, w tym skutków jakie te naruszenia wywołały. W opinii Prezesa UOKiK nałożone kary pieniężne będą stanowić środek odstraszający od stosowania podobnych praktyk w przyszłości, skierowany zarówno wobec Spółki, jak również wobec innych przedsiębiorców prowadzących podobną działalność. Kary pieniężne nałożone niniejszą decyzją spełnią również funkcję represyjną, to znaczy stanowić będą dolegliwość dla strony postępowania.
- (128) Przyjmując wspomniane wcześniej okoliczności naruszenia przepisów ustawy okik, jak również fakt, iż kara winna być orzekana na poziomie wystarczającym do osiągnięcia zamierzonego celu i odczuwalna dla przedsiębiorcy, Prezes Urzędu orzekł, jak punkcie IV sentencji decyzji.
- (129) Zgodnie z art. 112 ust. 2 i 3 ustawy okik, karę pieniężną należy uiścić rzecz Funduszu Edukacji Finansowej, na konto Urzędu Ochrony Konkurencji

i Konsumentów: NBP O/O Warszawa nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

(130) Obowiązek zwrotu kosztów postępowania

(131) Zgodnie z art. 80 ustawy okik, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Zgodnie z art. 77 ust. 1 ustawy okik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

(132) 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 kpa także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych a także koszty mediacji. Zgodnie z art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2023 r. poz. 775 - dalej: 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. W wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu w pkt I. sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowiących o zakazie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu z przedsiębiorcą. W związku z powyższym, Prezes UOKiK postanowił obciążyć przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości 28,10 zł (słownie złotych: dwadzieścia osiem zł 10/100). Wobec powyższego, orzeczono jak w punkcie IV sentencji decyzji.

(133) 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.

POUCZENIA

(134) Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy okik, w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2023 r. poz. 1550; 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 - Delegatury we Wrocławiu.

(135) W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach - zawartego w pkt V niniejszej decyzji - na podstawie art. 264 § 2 kpa, w związku z art. 83 uokik oraz stosowanie do art. 81 ust. 5 tej ustawy, w związku z art. 479³² kpc, przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu - Delegatury we Wrocławiu.

- (136) Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2023 r. poz. 1144; dalej: ukssc), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł, a zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów opłacie stałej w kwocie 500 zł.
- (137) Zgodnie z art. 103 ust. 1 i 2 ukssc, 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 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 zd. 1 ukssc, 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.
- (138) Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 zd. 1 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 wykaze, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.
- (139) 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.

Otrzymuje:

Ubea Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu
ul. Powstańców Śląskich 52c/1
53-333 Wrocław