

Sygn. akt *XVII AmA 63/20*

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 3 marca 2021 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie, XVII Wydział Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
w składzie:

Przewodniczący –	<i>SSO Maciej Kruszyński</i>

po rozpoznaniu 3 marca 2021 r. w Warszawie

na posiedzeniu niejawnym

sprawy z odwołania (...) *Sp. z o.o. w W.*

przeciwko *Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów*

o stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

na skutek odwołania (...) *Sp. z o.o. w W.* od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 1 czerwca 2020 roku, Nr (...)

1. oddala odwołanie;
2. zasądza od (...) *Sp. z o.o. w W.* na rzecz Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwotę 720 zł (siedemset dwadzieścia złotych) tytułem zwrotu zastępstwa procesowego.

SSO Maciej Kruszyński

Sygn. akt *XVII AmA 63/20*

Uzasadnienie wyroku z 3 marca 2021 r.

Decyzją z 1 czerwca 2020 r. Nr (...) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w oparciu o art. 27 ust. 2 w związku z art. 27 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez przedsiębiorcę (...) *Sp. z o.o.* z siedzibą w W. uznał za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki polegające na wprowadzeniu konsumentów w błąd, co do:

I. 1. charakteru usług świadczonych w ramach prowadzonego przez przedsiębiorcę serwisu internetowego (...) poprzez sugerowanie, że konsumenci w ramach przedmiotowej strony mogą skorzystać z ofert pożyczek pochodzących od osób fizycznych – tzw. „inwestorów”, podczas gdy przedmiotem usług świadczonych przez spółkę jest gromadzenie danych osobowych potencjalnych kredytobiorców oraz przekazywanie ich do banków lub instytucji pożyczkowych (w rozumieniu art. 5 pkt 2a ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim – t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1083) w celu umożliwienia tym podmiotom skierowania do pozyskania użytkowników ofert zawarcia umowy kredytu konsumenckiego, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową opisaną w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz.

2070) i godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 7 lutego 2020 r.,

2. zakresu świadczonych przez spółkę usług, poprzez sugerowanie w treści dostępnego na stronie (...) „Regulaminu świadczenia usług serwisu (...)”, iż wnioski kredytowe konsumentów będą przekazywane wszystkim, współpracującym z nią podmiotom (wymienionym w Regulaminie), podczas gdy wnioski te, wraz z danymi osobowymi potencjalnych kredytobiorców, przekazywane są tylko niektórym kredytodawcom, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową opisaną w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym i godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a tym samym stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 7 lutego 2020 r.

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

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt I.1. sentencji decyzji, karę pieniężną w wysokości 63 539,00 zł płatną do budżetu państwa,

2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt I.2. sentencji decyzji, karę pieniężną w wysokości 63 539,00 zł płatną do budżetu państwa,

III. Na podstawie art. 105 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 256 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.) umorzył, jako bezprzedmiotowe, postępowanie wszczęte z urzędu, w związku z podejrzeniem stosowania przez spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegające na niewskazywaniu w treści strony (...) administrowanej przez przedsiębiorcę w charakterze pośrednika kredytowego, informacji o których mowa w treści art. 7 ust. 4 pkt 1-2 oraz ust. 5 ustawy o kredycie konsumenckim (t.j. Dz.U. z 2019 r. poz. 1083) – tj. informacji dot. zakresu umocowania do dokonywania czynności faktycznych lub prawnych, informacji czy pośrednik kredytowy współpracuje z kredytodawcami, a także o nazwach kredytodawców współpracujących z przedsiębiorcą, co może naruszać art. 7 ust. 4 pkt 1- 2 i ust. 5 ustawy o kredycie konsumenckim oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, w rozumieniu art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

IV. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.) w związku z art. 83 tej ustawy oraz w zw. z art. 263 § 1, 263 § 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t. j. Dz. U. z 2020 r. poz. 256 ze zm.), obciążył spółkę kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 73,70 zł oraz nakazał spółce zwrotu tych kosztów Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji.

Powód wniósł odwołanie od ww. decyzji, zaskarżając ją w części, tj. w zakresie pkt I, II oraz pkt IV decyzji. Zaskarżonej decyzji zarzucił:

1. Błąd w ustaleniach faktycznych przyjętych za podstawę rozstrzygnięcia poprzez uznanie, że:

1.1. Odmówienie wiarygodności wyjaśnieniom spółki i uznanie, że wyłącznym przedmiotem działalności spółki było gromadzenie i przekazywanie danych osobowych potencjalnych kredytobiorców do banków i instytucji pożyczkowych, podczas gdy przedmiotem działalności spółki było również umożliwienie zawierania tzw. pożyczek społecznościowych;

1.1. Pominięcie okoliczności świadczenia przez (...) usługi (...) co uzasadniało przekazywanie danych użytkowników tego serwisu do podmiotów trzecich;

1.2. Skarżąca sugerowała, w treści regulaminu dostępnego na stronie internetowej (...), że wnioski kredytowe konsumentów zostaną przekazane wszystkim wymienionym w regulaminie podmiotom, podczas gdy taki wniosek nie wynika ze zgromadzonego w toku postępowania materiału dowodowego;

co skutkowało nieprawidłowym przyjęciem przez UOKiK ze Skarżąca dopuściła się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

2. Naruszenie przepisów prawa materialnego, tj.:

2.1. art. 4 ust. 2 oraz art. 5 ust. 1 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w związku z art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez ich błędne zastosowanie i uznanie w pkt I zaskarżonej decyzji, że Skarżąca dopuściła się nieuczciwych praktyk rynkowych oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, pomimo niespełnienia przesłanek do stwierdzenia dopuszczenia się przez skarżącego tego typu działań;

2.2. art. 106 ust. 1 i ust. 5 w zw. z art. 111 ust. 1, ust. 2 i ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów poprzez:

2.2.1. niewłaściwe ustalenie wysokości kary pieniężnej, poprzez błędne ustalenie zakresu czasowego trwania zakazanych praktyk, wymierzenie kary pieniężnej w wysokości przekraczającej ustawowe granice (poprzez stwierdzenie, że spółka dopuściła się dwóch przypadków zakazanych praktyk),

2.2.2. nieuwzględnienie okoliczności łagodzących odnoszących się do obydwu kar pieniężnych w postaci m.in. zaniechania zakazanej praktyki oraz trudnej sytuacji finansowej spółki,

2.2.3. wymierzenie kary pieniężnej w wysokości rażąco wygórowanej.

Wobec powyższego, wniósł o uchylenie zaskarżonej decyzji w zaskarżonym zakresie oraz zasądzenie od pozwanego na rzecz spółki zwrotu kosztów procesu, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych. W przypadku nieuwzględnienia ww. wniosku, wniósł o zmianę zaskarżonej decyzji w zakresie pkt II decyzji poprzez obniżenie nałożonej na spółkę kary pieniężnej do wysokości 5.000 zł.

W odpowiedzi na odwołanie Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wniósł o oddalenie odwołania i zasądzenie od powoda na rzecz pozwanego kosztów postępowania, w tym kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił następujący stan faktyczny:

Spółka (...) Sp. z o.o. z siedzibą w W. jest przedsiębiorcą wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS (...). Przedmiot działalności spółki stanowi: działalność portali internetowych, przetwarzanie danych, zarządzanie stronami internetowymi, pozostałe pośrednictwo pieniężne, pozostała działalność wspomagająca usługi finansowe z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszów emerytalnych. Spółka prowadzi serwis internetowy, działający w domenie: (...)

Dowód: Informacja odpowiadająca odpisowi aktualnemu z Rejestru Przedsiębiorców KRS k. 76 akt sąd.,

Protokół z dnia 23 listopada 2016 r., k. 93-95v akt adm.

Przedsiębiorca osiągał przychody z tytułu opłat za połączenia konsumentów z płatną infolinią oraz w związku z działalnością sieci afiliacyjnych.

Dowód: Załącznik nr 20 do pisma spółki z 3 listopada 2017 r., k. 502-505 akt adm.

Zgodnie z § 3 ust. 9 Regulaminu „udostępniona za pośrednictwem Serwisu informacja o szacunkowym czasie udzielenia pożyczki ma jedynie charakter hipotetyczny i symulacyjny i nie rodzi po stronie Pożyczkobiorcy jakiegokolwiek roszczenia, w szczególności o zawarcie umowy pożyczki z Pożyczkodawcą w tym czasie”.

Dowód: Regulamin serwisu (...) obowiązujący od 10 lutego 2017 r., k. 956-971 akt adm.,

Warunkiem wnioskowania o pożyczkę było posiadanie aktualnego dowodu osobistego. Po ustaleniu parametrów pożyczki w ww. kalkulatorze, konsument uzupełniał formularz poprzez wpisanie swoich danych: imienia nazwiska, numeru telefonu, numeru PESEL, adresu email oraz kodu pocztowego. Celem weryfikacji wniosku, konsument był zobowiązany do wykonania połączenia telefonicznego z numerem o podwyższonej opłacie za minutę rozmowy. W trakcie rozmowy z konsultantem, konsumenci udzielali odpowiedzi na pytania dotyczące m.in. serii i numeru dowodu osobistego, jego ważności, wykształcenia, stanu cywilnego, adresu zameldowania i zamieszkania, wysokości i źródła dochodu, formy własności lokalu, posiadanych kart kredytowych, średniego kosztu utrzymania mieszkania i innych wydatków, ilości osób na utrzymaniu, posiadanego samochodu czy numeru konta bankowego. Średnia długość rozmowy telefonicznej trwała około 25 minut, a jej koszt wynosił 6,25 zł netto (7,69 zł brutto) za każdą rozpoczętą minutę połączenia.

Dowód: pismo spółki z 3 listopada 2017 r., k. 15 akt adm.,

Płyta CD załączona do pisma spółki z 12 września 2015 r., k. 60 akt adm.

Spółka korzystała z pięciu numerów premium, których operatorem technicznym, w oparciu o umowę z 26 stycznia 2015 r. była spółka (...) Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą w W..

Dowód: Pismo spółki z 12 września 2016 r., k. 24 akt adm.

Weryfikacja wniosków od dnia 1 lutego 2017 r. należała do spółki (...) sp. z o.o. w W.. Natomiast, od 1 stycznia 2016 do 31 grudnia 2016 r. weryfikacja ta wraz z obsługą klientów należała do obowiązków zleceniobiorców spółki, którzy pełnili funkcję konsultantów.

Dowód: Umowa o świadczenie usług call-center, k. 372-376 akt adm.

Załącznik nr 1 do odpowiedzi na wezwanie z 3 listopada 2017 r., k. 363, 370-371 akt adm.

Spółka wskazała, że na usługę przez nią świadczoną składa się pozyskanie oferty konsumenta oraz udostępnienie jej firmie pożyczkowej. Spółka nie dysponowała wykazem „inwestorów”. Przedsiębiorca nie prowadził również danych statystycznych dotyczących liczby formularzy kredytowych, które zostały przekazane „inwestorom” od 2016 roku.

Dowód: Pismo spółki z 16 stycznia 2017 r., k. 125 akt adm.,

Pismo spółki z 30 maja 2016 r., k. 12 akt adm.,

Pismo spółki z 12 września 2016 r., k. 24 akt adm.,

Przedsiębiorcy, wskazani w Regulaminie serwisu pożyczki, jako potencjalni pożyczkodawcy, którzy w pismach skierowanych do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, oświadczyli, że nie współpracują z (...) to: (...) S.A., (...) Bank S.A., (...) Finanse sp. z o.o., (...) S.A., (...) S.A., (...) sp. z o.o., (...) S.A., (...) Bank (...) S.A., (...) S.A., (...) sp. z o.o., (...) S.A., (...) S.A., (...) S.A., (...) Sp. z o.o., (...) Towarzystwo (...) S.A., (...) Sp. z o.o., (...) Bank S.A., (...) S.A., (...) S.A., (...) sp. z o.o., (...) (...) S.A., (...) S.A., Bank (...) S.A., Bank (...) S.A., Bank (...) S.A., (...) Bank (...) S.A., Bank (...) S.A., (...) Bank S.A., (...) Sp. z o.o.

Dowód: k. 105, 108, 113, 187, 187, 188, 189, 191, 217, 222-223, 224, 227, 229, 232, 238, 240, 244, 287, 288, 301, 308, 309, 312, 350, 357, 358, 359, 511, 902, 929 akt adm.,

Stanowiska pozostałych przedsiębiorców:

(...) Bank S.A., wskazał, że nigdy nie współpracował ze spółką (...) i zwróci się do tego przedsiębiorcy o wyjaśnienia w zakresie powoływania się w dokumentacji udostępnianej klientom na współpracę z (...) Bankiem. (k. 215 akt adm.)

(...) Bank (...) S.A., oświadczył, że nie współpracował bezpośrednio z (...) ale współpracuje z agencją (...) Sp. z o.o., która w oparciu o umowę z bankiem może korzystać z usług podmiotów trzecich – agencja ta współpracuje z (...) sp. z o.o., właścicielem sieci afiliacyjnej (...). (k. 239 akt adm.)

(...) Bank S.A., wskazał, że nie współpracuje ze spółką (...), ale zawarł umowę z (...) Sp. z o.o. ((...) była jednym z partnerów w organizowanej przez (...) sieci partnerskiej). (k. 315-316 akt adm.)

(...) (...) sp. z o.o. współpracuje z (...) w zakresie kampanii reklamowych. Współpraca ta opierała się na niesformalizowanych zleceniach reklamowych przesyłanych w bieżącej korespondencji mailowej. Wysokość wynagrodzenia, jakie otrzymywała (...) była uzależniona od wielu czynników (k. 194 akt adm.). Spółka ta przekazała listę leadów otrzymanych od (...) i przekazanych klientom spółki (...). Na tym wykazie znajdowały się m.in.: (...) Bank, (...) Bank, (...), Bank (...) oraz spółki zajmujące się sprzedają energii elektrycznej, zakłady ubezpieczeniowe, spółki telekomunikacyjne, dealerzy samochodowi (k. 194, 604-612 akt adm.)

Spółka (...) .pl Sp. z o.o. wskazała że współpracuje ze spółką w ramach programu partnerskiego (...) w zakresie promowania kampanii reklamowych na własnej stronie internetowej (k. 204).

(...) Sp. z o.o. wyjaśniła, że współpraca z (...) polegała na umożliwieniu partnerom zamieszczania na własnych stronach internetowych narzędzi za pomocą których użytkownicy Internetu mogli składać wnioski o produkty finansowe (k. 874-875 akt adm.).

(...) Bank (...) S.A. oświadczyła, że współpraca z (...) nie była bezpośrednia, bowiem odbywała się za pośrednictwem domu mediowego(...) na podstawie zlecenia kampanii reklamowej. (218-219 akt adm.)

(...) Sp. z o.o. potwierdziła współpracę z (...) na podstawie zawartego w dniu 1 stycznia 2017 r. porozumienia. W ramach współpracy spółka zleca realizację wysyłki wiadomości email do adresów znajdujących się w bazie, której administratorem jest (...). (k. 345 akt adm.)

(...) S.A. nie prowadzi współpracy z (...), choć spółka (...) wyraziła wolę współpracy przez sieć afiliacyjną (k. 306 akt adm.).

(...) sp. z o. o. oświadczyła, że podjęła współpracę z (...), polegającą na realizacji kampanii reklamowej, której celem było dostarczenie poprawnie wypełnionych formularzy kontaktowych potencjalnych klientów zainteresowanych porównaniem produktów i promocji w zakresie aktualnej oferty kredytów i pożyczek (k. 514-515).

Bank (...) S.A. wskazał, że nie współpracuje z (...), współpracuje natomiast z (...) S.A. – właścicielem portalu (...) Bank wskazał, że nie posiada informacji o faktycznym źródle pozyskanych danych osobowych przez (...) (k. 561 akt adm.)

(...) Bank S.A. oświadczył, że nie współpracuje z (...). Współpracuje z (...) Sp. z o.o., która korzysta z dostawcy (...) Sp. z o.o. Bank wskazał, że w ramach współpracy z (...) sp. z o.o. prowadzone były dwa rodzaje kampanii: (1) kampania standardowa oraz (2) kampania prewalidacyjna.

Po otrzymaniu zgłoszenia, call center (...) Banku pyta, czy klient wyraził zgodę na przesłanie swoich danych osobowych do (...) Bank S.A. Odpowiedź negatywna skutkuje zakończeniem połączenia. Odpowiedź pozytywna skutkuje umówieniem klienta na spotkanie z doradcą w placówce (...) Banku S.A. (k. 704-708).

(...) **S.A.** poinformował o pośredniej współpracy z (...) w ramach marketingu afiliacyjnego (współpraca reklamodawcy i partnera). (k. 118-119).

(...) **S.A.** potwierdziła współpracę z (...) w ramach programu partnerskiego (...), podczas akcji marketingowych. Za każdy formularz przekazany (...) partner ((...)) otrzymuje prowizję zależną od wysokości transakcji. (876 akt adm.)

(...) **sp. z o.o.** w latach 2014-2017 prowadziła współpracę z (...) jako wydawcą zarejestrowanym w sieci afiliacyjnej (...) w oparciu o umowę z wydawcą oraz opisów programów partnerskich. (k. 774-780 akt adm.)

Spółka (...) potwierdziła współpracę z (...). Wskazała, że zajmuje się zlecaniem działań w obszarze reklamowym (linki, mailingi itp) w zamian za rozliczenie za konkretny efekt, tj. przekierowanie, wypełnienie formularza kontaktu (lead) lub sprzedaż. (k. 895 akt adm.)

Spółka czerpała korzyści dzięki połączeniom telefonicznym oraz otrzymywała wynagrodzenie za działanie marketingowe w ramach sieci afiliacyjnych (k. 502-505 akt adm.)

Pismem z dnia 7 lutego 2020 r. spółka oświadczyła, że aktualnie nie podejmuje działań związanych z prowadzeniem serwisu internetowego (...) oraz nie współpracuje w ramach sieci afiliacyjnych oraz nie prowadzi innych stron, zawierających treści związane z branżą finansową.

Dowód: Pismo spółki z 7 lutego 2020 r., k. 976 akt adm.

Spółka osiągnęła obrót w wysokości (...)zł (2018 r.), a w roku obrotowym 2017 w wysokości (...) zł (k. 773 akt adm.). W okresie od 1 stycznia 2019 r. do 31 grudnia 2019 r. spółka osiągnęła obrót w wysokości(...) zł (k. 977 akt adm.)

Powyższy stan faktyczny został ustalony w oparciu o dowody z dokumentów zgromadzonych w postępowaniu administracyjnym i sądowym oraz fakty powszechnie znane, które nie były przez żadną ze stron niniejszego postępowania kwestionowane.

Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje:

Odwołanie powoda podlegało oddaleniu.

Wobec okolicznościach faktycznych niniejszej sprawy stwierdzić należało, jak to prawidłowo uczynił pozwany Prezes UOKiK, że doszło do naruszenia przez powoda zbiorowych interesów konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 2 ustawy, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Przy czym, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności:

- 1) (uchylony)
- 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji;
- 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji;
- 4) proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru (ust. 2).

W ust. 3 przewidziano natomiast, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

Przesłanka ingerencji w „zbiorowe interesy konsumentów”, o istnieniu których nie świadczy suma interesów jednostkowych oznacza, że zakaz z art. 24 uokik obejmuje zachowania przedsiębiorcy, które można określić jako „generalne”, tj. dotyczące każdego konsumenta znajdującego się w określonej sytuacji. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład określonej grupy (T. Skoczny, Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, 2014 r., System Informacji Prawnej Legalis). Przedmiotem ochrony nie są zatem interesy indywidualnego konsumenta lub grupy indywidualnych konsumentów, ale wszystkich klientów traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę. Aby uznać konkretne zachowanie przedsiębiorcy za naruszające zbiorowy interes konsumentów wystarczające jest, by zachowaniem tym dotknięci byli jego faktyczni lub potencjalni klienci.

W niniejszej sprawie nie budzi wątpliwości, że powód jest przedsiębiorcą i że podejmuje działania w obrocie z konsumentami. Pozostawała więc do rozstrzygnięcia kwestia, czy działania/zaniechania powoda, opisane w stanie faktycznym sprawy, są bezprawne i czy naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

O bezprawności w rozumieniu art. 24 powołanego możemy mówić, gdy zachowanie przedsiębiorcy – czyli jego działanie, jak również zaniechanie – jest sprzeczne z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym, a więc zarówno z normami prawnymi, jak również z zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. Bezprawność jest przy tym obiektywnym czynnikiem, a więc niezależna jest od winy i jej stopnia, jak również bez znaczenia jest świadomość istnienia naruszeń. Bezprawność jest także niezależna od wystąpienia szkody.

Bezprawne praktyki muszą być ponadto wymierzone w zbiorowe interesy konsumentów, czyli odnosić się do obecnych, przyszłych i potencjalnych konsumentów, a więc naruszać prawa nieograniczonej, bliżej nieokreślonej liczby konsumentów. Interes, który jest chroniony owym przepisem, to interes prawny, rozumiany jako określone potrzeby konsumenta, które zostały uznane przez ustawodawcę za godne ochrony (tak Sąd Najwyższy w uzasadnieniu uchwały z 13 lipca 2006r., sygn. akt III SZP 3/06, OSNP 2007, nr 1-2, poz. 35).

Oceny, czy w danej sytuacji mamy do czynienia z bezprawnym naruszeniem interesu konsumentów, dokonuje się na podstawie analizy, między innymi, regulacji określonych aktów prawnych, które swym działaniem naruszył przedsiębiorca.

Natomiast, za nieuczciwą praktykę rynkową należy uznać taką, która jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu lub po jej zawarciu (art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym). Za nieuczciwą praktykę rynkową uważa się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu dobrych praktyk (ust.2)

Zdaniem Sądu, Prezes Urzędu prawidłowo ustalił, że praktyki powoda określone w pkt I.1. i I.2. decyzji uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

W odniesieniu do praktyki określonej w pkt I.1. zaskarżonej decyzji, nie ulega wątpliwości Sądu, iż działanie powoda polegające na sugerowaniu, iż strona internetowa (...) umożliwia skorzystanie z oferty pożyczek od „inwestorów”, w sytuacji, gdy działanie to służyło do gromadzenia danych osobowych potencjalnych kredytobiorców i przekazywanie ich do banków oraz instytucji pożyczkowych stanowi działanie wprowadzające w błąd.

Konsument był w przekonaniu, że pożyczka zostanie udzielona przez osobę fizyczną, na warunkach oferowanej pożyczki społecznościowej. Po wypełnieniu przez potencjalnego klienta formularza zawierającego parametry pożyczki oraz dane osobowe, dane te zostały przekazane do banków lub instytucji pożyczkowych. Umożliwiło to tym podmiotom skierowanie do użytkowników ofert zawarcia umowy kredytu konsumenckiego.

Weryfikacja wniosków – formularzy odbywała się podczas rozmowy telefonicznej na koszt wnioskodawcy, przy czym koszt połączenia był obciążony podwyższoną opłatą za minutę połączenia. To działanie zmierzało do osiągnięcia przez spółkę korzyści finansowych.

Ponadto, powodowa spółka jest związana umowami z podmiotami prowadzącymi sieci partnerskie (afiliacyjne). Taki stan rzeczy uzasadnia, że konsument zainteresowany ofertą pożyczki od osoby prywatnej - przedstawioną w serwisie, spodziewał się, że złożony przez niego wniosek zostanie przedstawiony osobom, które chcą udzielić prywatnej pożyczki.

Należy podkreślić, że przed 10 lutego 2017 r. w regulaminie pożyczki brak było informacji, jakoby „inwestorzy prywatni” byli objęci współpracą. Konsument zakładał, że serwis (...) za zadanie przyjmuje skojarzenie prywatnych pożyczkobiorców i pożyczkodawców. Co więcej, platforma internetowa nie posiadała właściwości umożliwiających kontakt stronom.

Konsumenci nie zostali prawidłowo poinformowani, że zgromadzone przez spółkę ich dane osobowe są przekazywane partnerom afiliacyjnym, w tym instytucjom pożyczkowym. Wobec tego, istnieje wysokie prawdopodobieństwo, że konsument posiadający takie informacje nie skorzystałby z usług Spółki. Oznacza to, że informacja o udzieleniu pożyczki przez osobę prywatną - była informacją nieprawdziwą, gdyż wnioski trafiały do podmiotów profesjonalnych.

Mając na uwadze powyższe, nie ulega wątpliwości Sądu, że powód dopuszczał się nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej konsumentów w błąd, określonej w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, który stanowi, że praktykę rynkową uznaje się za wprowadzającą w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1).

Sąd podziela stanowisko Prezesa Urzędu również wobec praktyki opisanej w pkt I.2. zaskarżonej decyzji. Jak ustalono w oparciu o wyjaśnienia złożone przez przedsiębiorców w toku postępowania, model prowadzenia działalności był odmienny aniżeli zawarty w Regulaminie. Podmioty wymienione w regulaminie, jako podmioty współpracujące ze spółką, nie potwierdziły tej współpracy, spółka bowiem nie współpracuje bezpośrednio z bankami i instytucjami pożyczkowymi. Dane osobowe przekazywano do wybranych podmiotów, w zależności od kampanii reklamowej w jakiej obecnie uczestniczyła spółka. Zdaniem pozwanego, konsument na podstawie treści regulaminu strony internetowej mógł przyjąć, że jego formularz zostanie skierowany do wszystkich, enumeratywnie wymienionych podmiotów. Mogło to rodzić przekonanie, że każdy podmiot dokona analizy zapytania pożyczkowego.

Co więcej, podmioty wymienione w regulaminie to znane banki, kojarzące się przeciętnemu konsumentowi z poczuciem bezpieczeństwa, co może wpływać na wysoki poziom zaufania do spółki. Konsument, posiadający rzetelne informacje o mechanizmie działania i realnej współpracy spółki tylko z niektórymi spośród wymienionych podmiotów, mógłby nie podjąć decyzji o skorzystaniu z jej usług.

Należało zatem przyjąć, iż praktyka zawarta w pkt I.2. wyczerpuje znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej, godzące w interesy konsumentów, co oznacza, że narusza zakaz zawarty w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prezes Urzędu słusznie przyjął, wobec oświadczenia przedsiębiorcy, że z dniem 7 lutego 2020 r. przedsiębiorca zaniechał praktyki opisanej w pkt I.1. oraz pkt I.2.

Zdaniem Sądu, wbrew twierdzeniu strony powodowej, Prezes UOKiK dokonał prawidłowych ustaleń jeśli chodzi o stan faktyczny w sprawie, jak i jego ocenę.

Powyższe wywody odnoszące się do konsumenta dotyczą konsumenta w rozumieniu art. 2 pkt 8 upnpr tj. konsumenta przeciętnego. Rozumie się przez to 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.

Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego "przeciętność"), polegającą na tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna oraz że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie, ale przede wszystkim rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej oferty.

Wobec dopuszczenia się przez powoda naruszenia zakazu z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, prawidłowe było zastosowanie wobec niego przepisu art. 106 ust 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w myśl którego Prezes UOKiK może nałożyć na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, w rozumieniu art. 24 uokik, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

Przechodząc na grunt niniejszej sprawy, Sąd doszedł do przekonania, że mimo, iż kara pieniężna ma charakter fakultatywny, to zdaniem Sądu Prezes UOKiK podjął trafną decyzję o wymierzeniu kary przedsiębiorcy. Nie ma w tym względzie znaczenia, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszeń umyślnie czy nieumyślnie, na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego spoczywa bowiem obowiązek dochowania należytej staranności przy ocenie zgodności ich działań z obowiązującymi przepisami prawa.

Sąd zważył, iż jak wynika z treści art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej, Prezes Urzędu uwzględnia w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia, biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia oraz działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia. Ustalając wysokość kar pieniężnych, Prezes Urzędu bierze pod uwagę okoliczności łagodzące lub obciążające, które wystąpiły w sprawie.

Oceniając więc działanie powoda należało mieć na uwadze, że przedsiębiorca jako profesjonalny uczestnik obrotu gospodarczego nie powinien dezinformować konsumentów i wprowadzać ich w błąd, bo stanowi to poważne zagrożenie dla interesów konsumentów.

Pozwany prawidłowo uwzględnił okoliczność łagodzącą, tj. fakt, że przedsiębiorca skutecznie zaniechał praktyk określonych w pkt I.1. i pkt I.2. Tym samym Sąd uznał, że kary w wysokościach określonych w decyzji tj. po 63.539 zł za każde poszczególne naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, są proporcjonalne do naruszeń i odpowiadają ustawowemu dyrektywom wymiaru kary.

Zaznaczenia wymaga także, że kara pieniężna ma pełnić funkcję prewencji szczególnej i ogólnej, a więc być zarówno realną, odczuwalną dolegliwością dla ukaranego podmiotu, będącą reakcją na naruszenie przepisów, ale także wyraźnym ostrzeżeniem na przyszłość i to zarówno w odniesieniu do ukaranego przedsiębiorcy ale też do innych przedsiębiorców i przestrzegać ich przez podejmowaniem podobnych naruszeń interesów konsumentów.

Natomiast odstąpienie od nałożenia na przedsiębiorcę kary bądź jej znaczące zmniejszenie, w ocenie Sądu, stałoby w sprzeczności z celami prewencyjnymi sankcji za niezastosowanie się powoda do obowiązujących wymagań prawa, jak również represyjno-wychowawczymi, zmierzającymi do wymuszenia na ukaranym przestrzegania reguł prawnych w przyszłości.

Mając powyższe na uwadze Sąd uznał, że ustalone w postępowaniu okoliczności niniejszej sprawy w pełni uzasadniają nałożenie na powoda kar pieniężnych za praktyki opisane w decyzji w wysokości ustalonej przez Prezesa UOKiK w zaskarżonej decyzji, a zatem nie mógł zostać uwzględniony wniosek powoda o zmianę decyzji i obniżenie nałożonych

na niego kar. Przedstawiona przez powodową spółkę argumentacja nie dała podstaw do uznania, że okoliczności niniejszej sprawy różnią się od stanu faktycznego ustalonego w toku postępowania.

Z tych względów Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów oddalił wniesione przez powoda odwołanie na podstawie art. 479^{31a} § 1 k.p.c.

O kosztach procesu Sąd orzekł na podstawie art. 98 k.p.c., zgodnie z którym strona przegrywająca sprawę obowiązana jest zwrócić przeciwnikowi na jego żądanie koszty niezbędne do celowego dochodzenia praw i celowej obrony (koszty procesu). Z uwagi na nieuwzględnienie odwołania powoda należało uznać za stronę, która przegrała proces i zasądzić od niego na rzecz pozwanego zwrot kosztów procesu, na które złożyło się wynagrodzenie pełnomocnika w wysokości 720,00 zł ustalone w oparciu o § 14 ust. 2 pkt 3 Rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z 22 października 2015 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych (t.j. Dz. U. z 2018 r., poz. 265).

SSO Maciej Kruszyński