



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
w Warszawie

RWA-61-3/15/AŻ

Warszawa, dn. 31 grudnia 2015 r.

DECYZJA nr RWA-29/2015

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Vivus Finance Spółce z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **działanie Vivus Finance Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie polegające na zaniechaniu** wprowadzającym w błąd poprzez pominięcie w reklamach pożyczki, w których pojawia się hasło, zgodnie z którym konsument otrzyma pieniądze w 15 minut, od jakiego momentu Vivus Finance Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie liczy ww. czas na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta, tj. brak jest istotnej informacji, iż czas ten liczony jest od momentu pozytywnego rozpatrzenia przez Vivus Finance Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie wniosku konsumenta o udzielenie pożyczki, który jest końcowym etapem w procedurze zawierania umowy pożyczki, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 3 w zw. z art. 4 ust. 1 i ust. 2 w zw. z art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów i w związku z tym narusza art. 24 ust. 2

pkt 3 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) – **i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 23 grudnia 2015 r.**

II. Na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. 2015, poz. 184 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania administracyjnego w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Vivus Finance Spółce z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie,

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

nakazuje się Vivus Finance Spółce z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie:

1) publikację:

a) oświadczenia o treści:

„Vivus Finance Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie informuje, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniu 31 grudnia 2015 r. wydał decyzję nr RWA-29/2015 stwierdzającą stosowanie przez Vivus Finance Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez brak wskazania w reklamach pożyczki, w których pojawia się hasło, zgodnie z którym konsument otrzyma pieniądze w 15 minut, informacji, od jakiego momentu spółka liczy czas na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta oraz stwierdzającą zaniechanie stosowania praktyki z dniem 23 grudnia 2015 r. Jednocześnie Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nałożył na spółkę obowiązek publikacji niniejszego oświadczenia.”

– czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB - #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB - #ffffff),

– tekst powyższego oświadczenia wyjustowany,

– czcionką pogrubioną (bold) fragment: *„Vivus Finance Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie informuje, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniu 31 grudnia 2015 r. wydał decyzję*

nr RWA-29/2015 stwierdzającą stosowanie przez Vivus Finance Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów”,

– w ramce o rozmiarze nie mniejszym niż 750 px x 300 px, tak aby wielkość czcionki była dostosowana do wielkości ramki, tj. ramka była w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie,

– w górnej części strony głównej domeny vivus.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),

b) hiperłącza w formie tekstowej o treści „Czytaj całą treść decyzji” napisanego czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB - #000000) ARIAL o rozmiarze czcionki takim jak oświadczenie, o którym mowa w pkt. a) powyżej, zamieszczonego w ramce o której mowa w pkt. a) powyżej bezpośrednio pod tekstem oświadczenia, prowadzącego do pliku w formacie pdf z treścią decyzji z dnia 31 grudnia 2015 r. nr RWA-29/2015,

w terminie 14 (czternastu) dni od dnia uprawomocnienia się decyzji na koszt Vivus Finance Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie oraz utrzymywanie przedmiotowego oświadczenia wraz z plikiem decyzji na stronie internetowej przez okres 2 (dwóch) miesięcy.

- 2) publikację oświadczenia o treści: *„Vivus Finance Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie informuje, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniu 31 grudnia 2015 r. wydał decyzję nr RWA-29/2015 stwierdzającą stosowanie przez Vivus Finance Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez brak wskazania w reklamach pożyczki, w których pojawia się hasło, zgodnie z którym konsument otrzyma pieniądze w 15 minut, informacji, od jakiego momentu spółka liczy czas na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta oraz stwierdzającą zaniechanie stosowania praktyki z dniem 23 grudnia 2015 r. Jednocześnie Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nałożył na spółkę obowiązek publikacji niniejszego oświadczenia.”*:

- a) w jednym wydaniu trzech dzienników ogólnopolskich ze średnim nakładem dziennym w wysokości co najmniej 100 000 egzemplarzy na 3 lub 5 stronie wydania w module poziomym obejmującym co najmniej 30% strony:
- w ramce czarną czcionką TIMES NEW ROMAN nie mniejszą niż 15 punktów (piętnaście) na białym tle,
 - tekst powyższego oświadczenia wyjustowany z interlinią 1,5 wiersza,
 - czcionką pogrubioną (bold) fragment: *„Vivus Finance Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie informuje, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniu 31 grudnia 2015 r. wydał decyzję nr RWA-29/2015 stwierdzającą stosowanie przez Vivus Finance Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów”*,
- b) w wydaniach internetowych trzech dzienników ogólnopolskich wskazanych w pkt. II.2.a. sentencji niniejszej decyzji w sposób widoczny bezpośrednio po wejściu na główną stronę internetową dziennika:
- czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB - #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB - #ffffff),
 - tekst oświadczenia wyjustowany,
 - czcionką pogrubioną (bold) fragment: *„Vivus Finance Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie informuje, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniu 31 grudnia 2015 r. wydał decyzję nr RWA-29/2015 stwierdzającą stosowanie przez Vivus Finance Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów”*,
 - w ramce o rozmiarze nie mniejszym niż 750 px x 300 px, tak aby wielkość czcionki była dostosowana do wielkości ramki, tj. ramka była w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie,
 - oświadczenie ma być widoczne przez cały czas, gdy użytkownik jest na stronie (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),
- w terminie 60 (sześćdziesięciu) dni od dnia uprawomocnienia się decyzji na koszt Vivus Finance Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie w sposób nieprzerwany przez 24 godziny licząc od momentu publikacji.

III. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy z dnia 6 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) w zw. z art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża Vivus Finance Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 40,80 zł (słownie: czterdzieści złotych osiemdziesiąt groszy), w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatura UOKiK w Warszawie (dalej również: Prezes UOKiK, Prezes Urzędu, Delegatura UOKiK w Warszawie) przeprowadził postępowanie wyjaśniające (sygn. RWA-403-23/15/AŻ) mające na celu kontrolę treści reklam kredytu konsumenckiego Vivus Finance Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: Spółka, Vivus Finance) pod kątem zgodności z obowiązującymi przepisami¹.

W wyniku analizy przedłożonych przez Vivus Finance dokumentów zidentyfikowane zostały nieprawidłowości wymagające podjęcia działań zgodnie z kompetencjami wynikającymi z ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Z uwagi na powyższe Prezes UOKiK postanowieniem z dnia 6 maja 2015 r. wszczął postępowanie w związku z podejrzeniem stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na zaniechaniu wprowadzającym w błąd poprzez

¹ W dalszej części decyzji Prezes Urzędu powołując się na przepisy ustawy o kredycie konsumenckim, w których mowa jest o „umowie o kredyt konsumencki”, mając na uwadze art. 3 ust. 2 pkt 1 ww. ustawy, używa zamiennie z „kredytem konsumenckim” określenia „umowa pożyczki”. Podobnie zamiast określeń stosowane będą odpowiednio pojęcia: „pożyczkodawca”/ „pożyczkobiorca”.

pominięcie w reklamach pożyczki, w których pojawia się hasło, zgodnie z którym konsument otrzyma pieniądze w 15 minut, od jakiego momentu Vivus Finance liczy ww. czas na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta, tj. brak jest istotnej informacji, iż czas ten liczony jest od momentu pozytywnego rozpatrzenia przez Spółkę wniosku konsumenta o udzielenie pożyczki, który jest końcowym etapem w procedurze zawierania umowy pożyczki, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 3 w zw. z art. 4 ust. 1 i ust. 2 w zw. z art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów i w związku z tym może naruszać art. 24 ust. 2 pkt 3 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.).

Pismem z dnia 6 maja 2015 r. Spółka została zawiadomiona o wszczętym postępowaniu oraz o zaliczeniu w poczet dowodów części dokumentów przekazanych w toku postępowania wyjaśniającego (znak: RWA-403-23/14/AŻ).

Vivus Finance w piśmie z dnia 25 lutego 2015 r. (przekazanym w toku ww. postępowania wyjaśniającego i zaliczonym w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu) opisał procedurę zawierania umowy pożyczki. Spółka wskazała, iż moment pozytywnego rozpatrzenia wniosku przez Vivus Finance, od którego Spółka liczy 15-minutowy czas oczekiwania konsumenta na otrzymanie pożyczki jest inny w zależności od sposobu udzielenia pożyczki oraz od tego, czy pożyczka jest pierwszą pożyczką udzielaną konsumentowi, czy też kolejną. Vivus Finance przekazał w załącznikach do pisma szczegółowe procesy zawierania umowy pożyczki.

Konsument może zawrzeć umowę pożyczki ze Spółką na dwa sposoby: online (przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość) lub offline (przy wykorzystaniu kanałów sprzedaży bezpośredniej, tj. za pośrednictwem pośredników finansowych). Proces zawierania pierwszej umowy pożyczki online zgodnie z informacjami przekazanymi przez Spółkę:

[...]

Procedura zawierania kolejnej umowy pożyczki online zgodnie z dokumentami przekazanymi przez Spółkę:

[...]

Spółka zaprezentowała również procedurę zawierania umowy pożyczki offline, czyli przy wykorzystaniu kanałów sprzedaży bezpośredniej, tj. za pośrednictwem pośredników finansowych. Proces zawierania umowy przy pierwszej umowie pożyczki:

[...]

Procedura zawierania kolejnej umowy pożyczki offline zgodnie z dokumentami przekazanymi przez Spółkę:

[...]

W piśmie z dnia 6 maja 2015 r. Prezes Urzędu, na podstawie art. 50 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zwrócił się do Vivus Finance również o ustosunkowanie się do zarzutu przedstawionego w sentencji postanowienia o wszczęciu niniejszego postępowania.

W odpowiedzi na zawiadomienie Prezesa Urzędu, Spółka w piśmie z dnia 5 czerwca 2015 r. zaprezentowała swoje stanowisko w odniesieniu do postawionego jej zarzutu.

Vivus Finance podniósł, iż działaniu Spółki nie można przypisać cech zaniechania wprowadzającego w błąd określonego w art. 6 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. W ocenie Vivus Finance, informacja o momencie, od którego Spółka liczy 15 minut na przekazanie pieniędzy na konto konsumenta nie stanowi dla konsumentów informacji istotnej. Vivus Finance twierdzi, iż dla postawienia zarzutu zaniechania wprowadzającego w błąd musi istnieć obowiązek działania wynikający z przepisu prawnego, z zasad wykonywania zawodu czy z umowy. Taki obowiązek czyni informację, zdaniem Spółki, istotną.

Spółka odnosząc się do modelu przeciętnego konsumenta i opierając się na badaniu zleconym podmiotowi zewnętrznemu stanęła na stanowisku, iż oferta Vivus Finance skierowana jest do ludzi młodych i wykształconych, umiejących korzystać z ofert dostarczanych za pośrednictwem Internetu. Zdaniem Spółki klienci Vivus Finance spełniają wyższe kryteria niż tzw. przeciętny konsument. Scharakteryzowany przez Spółkę odbiorca, w jej ocenie, nie jest wprowadzony przez Vivus Finance w błąd.

Ponadto Spółka zaprezentowała wyniki badań przeprowadzonych wśród klientów Vivus Finance. [...]. Powyższe, w ocenie Spółki, pozwala stwierdzić, iż odbiorcy oferty Vivus Finance, mimo pominięcia w reklamie informacji co do chwili, od której należy liczyć

15-minutowy czas na otrzymanie środków pieniężnych, w większości wskazują moment pozytywnego rozpatrzenia wniosku, co wyklucza wprowadzenie w błąd. W ocenie Spółki szybkość udzielenia pożyczki, a tym samym informacja, od kiedy liczy się 15 minut, nie jest istotną cechą usługi oferowanej przez Vivus Finance. Na poparcie swojego twierdzenia Spółka zaprezentowała ankietę zewnętrzną zleconą przez Vivus Finance.

Spółka zwróciła również uwagę, iż fraza „w 15 minut” – choć może być odczytywana dosłownie – może również oznaczać obietnicę udzielenia pożyczki w sposób maksymalnie szybki, przy zachowaniu minimum formalności oraz przy zastosowaniu określonych procedur. Zdaniem Vivus Finance w ten właśnie sposób rozumiany jest przez przeciętnego konsumenta przekaz reklamowy Spółki. Vivus Finance stwierdził, iż konsumenci nie liczą czasu, w jakim kwota pożyczki znajdzie się na ich koncie, ponieważ posiadają w tym zakresie jedynie oczekiwanie uzyskania środków w krótkim, a nie konkretnym czasie.

Odnosząc się do postawionego zarzutu Spółka podniosła również, iż niezależnie od tego, czy czas przekazania środków konsumentowi liczony jest od chwili złożenia wniosku, czy też od chwili uzyskania pozytywnej decyzji kredytowej, Vivus Finance dokonuje przelewu środków w 15 minut. Spółka zauważyła ponadto, iż proces zawierania pożyczki składa się z etapów, które w pierwszej kolejności zależne są wyłącznie od czynności podjętych przez samego konsumenta. Vivus Finance podniósł, iż działania będące jedynie w gestii konsumenta nie mogą warunkować uruchomienia po stronie Spółki zobowiązania do wypłaty środków pieniężnych w ciągu wskazanych w reklamie 15 minut.

Vivus Finance zwrócił również uwagę, iż zgodnie z art. 6 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym pominięcie istotnych informacji musi wpływać na proces decyzyjny konsumenta i tym samym powodować co najmniej możliwość podjęcia przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. W ocenie Spółki podanie w reklamie informacji, iż 15-minutowy czas na dostarczenie pieniędzy w ramach udzielonej pożyczki liczony jest przez Vivus Finance od momentu pozytywnego rozpatrzenia wniosku, nie miałoby żadnego wpływu na podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji co do zawarcia umowy o udzielenie pożyczki. Vivus Finance stanął również na stanowisku, iż [...].

Spółka podniosła, iż praktyki wymienione w art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nie podlegają obecnie ocenie w świetle przesłanek określonych w ust. 1 ww. przepisu. Abstrahując od powyższego Vivus Finance wyjaśnił, iż po pierwsze praktyka Spółki określona w sentencji niniejszej decyzji nie narusza dobrych

obyczajów – przeciętny konsument prawidłowo odczytuje przekaz reklamowy wykorzystywany przez Vivus Finance. Po drugie nie dojdzie do zmiany zachowania rynkowego konsumenta, ponieważ, jak wynika z badań przeprowadzonych przez Spółkę, szybkość udzielenia pożyczki nie jest dla konsumenta najistotniejszą cechą przy wyborze pożyczkodawcy.

W ocenie Vivus Finance nie zachodzi ponadto spełnienie przesłanki godzenia przez działanie Spółki w zbiorowe interesy konsumentów. Vivus Finance podniósł, iż badanie tej przesłanki nie może ograniczać się jedynie do analizy, czy naruszony interes ma charakter „zbiorowy”, ale również i przede wszystkim musi zmierzać do ustalenia, czy w ogóle doszło do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów i jaki był to interes. O tym, że praktyka Spółki nie godzi w zbiorowe interesy konsumentów świadczy, zdaniem Vivus Finance, nie tylko charakter prawny samego działania, tj. jego zgodność z wszelkimi dyrektywami ochrony praw konsumentów, ale również wymiar faktyczny tego działania, rozpatrywany w trzech aspektach: 1) istotności kryterium szybkości udzielania pożyczki dla podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji o jej zaciągnięciu (w ocenie Spółki kwestia nieistotna), 2) satysfakcji klientów Vivus Finance z szybkości udzielonej pożyczki oraz 3) satysfakcji klientów *in genere* z usług świadczonych przez Spółkę.

Vivus Finance, pomimo iż zakwestionował słuszność postawionego Spółce zarzutu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wniósł o wydanie decyzji w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Vivus Finance zaproponował przyjęcie na siebie zobowiązania do zawarcia w reklamach pożyczek oferowanych przez Spółkę, w których pojawia się hasło, zgodnie z którym konsument otrzyma kwotę pożyczki w 15 minut informacji o momencie, od którego Spółka liczy ww. czas na dostarczenie środków na rachunek bankowy konsumenta.

Vivus Finance, po informacji Prezesa Urzędu z dnia 10 lipca 2015 r. w zakresie braku możliwości przyjęcia tak sformułowanego zobowiązania, zaproponował rozszerzenie złożonej już propozycji o następujące kierunki:

- 1) w płaszczyźnie informacyjnej: a) dokonanie modyfikacji głównej witryny strony internetowej Spółki w taki sposób, aby konsument bez konieczności dokonywania żadnych innych czynności mógł dowiedzieć się, w jaki sposób Spółka liczy czas na dokonanie wypłaty środków konsumentowi, b) dodanie informacji o sposobie obliczania czasu wypłaty środków na indywidualnym profilu internetowym pożyczkobiorcy, z którego konsument korzysta wnosząc o udzielenie mu

pożyczki, c) przeprowadzenie akcji informacyjnej poprzez zamieszczenie w wysłanym Newsletterze do klientów Spółki dodatkowej informacji o sposobie obliczania przez Spółkę czasu na dokonanie wypłaty środków konsumentom,

- 2) w płaszczyźnie bezpośredniej: a) udzielenie rabatu – w wysokości 5% prowizji należnej Spółce – na kolejną pożyczkę każdemu z konsumentów, którzy wnioskując o pożyczkę w dni robocze w godzinach od 6 do 23 nie otrzymali środków pieniężnych w czasie 15 minut od chwili podjęcia przez Spółkę pozytywnej decyzji kredytowej, chyba że powodem opóźnienia w przekazaniu środków konsumentowi byłyby okoliczności niezależne od Spółki, na które nie miała ona wpływu (np. awaria zasilania), b) uzupełnienie wzorca umowy pożyczki zawieranej z konsumentami o zastrzeżenie umowne realizacji zobowiązania, o którym mowa powyżej.

Vivus Finance pismem z dnia 19 sierpnia 2015 r. wniósł o podjęcie czynności mających na celu ocenę złożonej przez Spółkę propozycji kierunków zobowiązania oraz uzgodnienie/przekazanie Vivus Finance wytycznych treści zobowiązania, którego Prezes Urzędu oczekuje w przedmiotowym postępowaniu.

Prezes Urzędu postanowieniem z dnia 26 sierpnia 2015 r. zaliczył w poczet dowodów część dokumentów przekazanych w toku postępowania wyjaśniającego oraz wydruk ze strony internetowej Spółki w postaci *Formularza informacyjnego dotyczącego kredytu konsumentckiego*.

Vivus Finance w piśmie z dnia 31 sierpnia 2015 r. złożył kolejną zmodyfikowaną propozycję zobowiązania. Spółka podtrzymała dotychczasowe propozycje zobowiązań, a ponadto zaproponowała przyjęcie na siebie następujących zobowiązań:

- 1) wobec klientów Vivus Finance, którzy w ramach zaciągniętej w Spółce pierwszej pożyczki nie otrzymali środków pieniężnych w czasie 15 minut od chwili podjęcia przez Spółkę pozytywnej decyzji kredytowej i którzy takiej pierwszej pożyczki jeszcze nie spłacili, to jest wobec klientów, którzy mają otwarte zobowiązania wobec Vivus Finance z tytułu spłaty pierwszej pożyczki, Spółka zobowiązuje się do udzielenia tym konsumentom rabatu na kolejną pożyczkę, w wysokości 10% prowizji, jaką Vivus Finance otrzymuje z tytułu udzielenia danej pożyczki, przy czym oferta ta byłaby ważna przez okres 6 miesięcy od dnia poinformowania o niej klienta,

- 2) wobec klientów Spółki, którzy w ramach zaciągniętej w Vivus Finance drugiej lub kolejnej pożyczki nie otrzymali środków pieniężnych w czasie 15 minut od chwili podjęcia przez Spółkę pozytywnej decyzji kredytowej i którzy takiej drugiej lub kolejnej pożyczki jeszcze nie spłacili, to jest wobec klientów, którzy mają otwarte zobowiązania wobec Vivus Finance z tytułu spłaty drugiej lub kolejnej pożyczki, Spółka zobowiązuje się do udzielenia rabatu w wysokości 10% należnej Vivus Finance prowizji z tytułu udzielenia takiej aktywnej drugiej lub kolejnej pożyczki.

Prezes Urzędu pismem z dnia 10 września 2015 r. wezwał Spółkę do przekazania koniecznych dla prowadzonego postępowania informacji. Dodatkowo Prezes UOKiK poinformował Vivus Finance o zaliczeniu dokumentów w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu postanowieniem z dnia 26 sierpnia 2015 r.

Spółka pismem z dnia 29 września 2015 r. udzieliła odpowiedzi na ww. wezwanie Prezesa UOKiK i ponownie odniosła się do złożonej propozycji zobowiązania. Vivus Finance wskazał w piśmie, iż emisja wszystkich reklam przekazanych Prezesowi Urzędu w toku postępowania wyjaśniającego została zakończona. Spółka poinformowała, iż w styczniu 2015 r. zleciła agencji reklamowej odpowiedzialnej za działalność marketingową Vivus Finance dokonanie modyfikacji stosowanych przez Spółkę reklam poprzez zastąpienie hasła *Pieniądze/pożyczka w 15 minut* hasłami *Pieniądze/pożyczka nawet w 15 minut*. Jak podniósł Vivus Finance modyfikacja ta dokonywana była niezwłocznie, a Spółka nie miała dalszego wpływu na datę dokonania poszczególnych modyfikacji oraz datę zakończenia tego procesu. Vivus Finance wskazał również, iż w odniesieniu do reklamy „adwords” Spółka nie jest w stanie podać dokładnie dat stosowania poszczególnych zestawień, z uwagi na posługiwanie się ponad 22 tysiącami kombinacji tekstu. Vivus Finance podniósł jednak, iż stosowanie „adwords” w wersji zawierającej kwestionowane przez Prezesa Urzędu hasło zakończyło się w styczniu 2015 r.

Pismem z dnia 13 listopada 2015 r. Spółka wskazała, iż rozpoczęła proces uzupełniania przekazu reklamowego, w którym wykorzystywane jest hasło „15 minut” lub „nawet w 15 minut” o adnotację wskazującą moment, od którego liczy czas udzielenia konsumentowi pożyczki. Intencją Vivus Finance, jak wskazała Spółka w piśmie, jest, aby każdy materiał reklamowy wykorzystujący ww. hasła zawierał w swojej treści wskazanie: „czas 15 minut liczony jest od chwili wydania przez pożyczkodawcę pozytywnej decyzji kredytowej”. Modyfikacja dotyczy, co wyjaśnił Vivus Finance w piśmie, wszystkich kanałów

reklamy oraz informacji. Spółka podniosła, iż przedmiotowa modyfikacja zostanie wprowadzona do wszystkich materiałów reklamowych zawierających powyższe hasła w terminie nie dłuższym niż do dnia 15 grudnia 2015 r. Vivus Finance wskazał, iż na wypadek wydania przez Prezesa Urzędu decyzji, o której mowa w art. 26 ust. 1 lub art. 27 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Spółka proponuje Prezesowi UOKiK środek usunięcia skutków naruszenia, o którym mowa w art. 26 ust. 2 ww. ustawy, ew. w zw. z art. 27 ust. 4 w postaci zobowiązania Vivus Finance do ujawnienia w materiałach reklamowych stosowanych przez Spółkę, zawierających hasło informujące o możliwości udzielenia pożyczki w „15 minut”, informacji o chwili, od której Vivus Finance liczy czas udzielenia pożyczki. Spółka wniosła również w piśmie, aby nałożenie na Vivus Finance przedmiotowego obowiązku połączone było z odstąpieniem przez Prezesa Urzędu od nałożenia na Spółkę kary pieniężnej.

Prezes UOKiK postanowieniem z dnia 18 listopada 2015 r. zaliczył w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu rachunek zysków i strat Vivus Finance sporządzony w Warszawie w dniu 23 czerwca 2015 r.

O powyższym Prezes Urzędu poinformował Spółkę pismem z dnia 18 listopada 2015 r. W przedmiotowym piśmie Delegatura UOKiK w Warszawie powołując się na art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wskazała, iż ciężar udowodnienia zaniechania stosowania praktyki spoczywa na przedsiębiorcy, w związku z czym, w przypadku zaniechania stosowania praktyki zarzucanej Spółce, Prezes UOKiK rekomenduje przedłożenie stosownych dowodów.

Vivus Finance w piśmie z dnia 26 listopada 2015 r. wskazał na uwagi wyjaśniające stanowisko Spółki w sprawie. Vivus Finance zauważył, iż dokonywaną obecnie modyfikację przekazu reklamowego należy uznać za środek służący usunięciu skutków naruszenia. Zmiana praktyki, w ocenie Spółki, miała miejsce w styczniu/lutym 2015 r. Vivus Finance wskazał ponadto, iż zmiana praktyki reklamowej, polegającej na uzupełnieniu przekazu reklamowego zawierającego hasła reklamowe „15 minut” lub „nawet w 15 minut” o adnotację wskazującą moment, od którego liczy czas udzielenia konsumentowi pożyczki została zakończona w dniu 25 listopada 2015 r. Spółka przedłożyła przykłady stosowanego przekazu reklamowego. Vivus Finance wyjaśnił również, iż część zmian realizował za pośrednictwem usługodawców zewnętrznych, zlecając im wprowadzenie zmian do stosowanych przez Spółkę materiałów reklamowych. Zgodnie z informacjami uzyskanymi od doradców, jak podniósł Vivus Finance, wszystkie zmiany zostały wprowadzone,

a weryfikacja reklam internetowych oraz „adwords” odbywa się na bieżąco. Spółka wskazała również, iż w części przekazu reklamowego posługuje się hasłem reklamowym: „Pieniądze od zaraz”.

Prezes Urzędu postanowieniem z dnia 3 grudnia 2015 r. zaliczył w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu wydruk reklam „adwords” z dnia 6 lipca 2015 r. po wpisaniu w wyszukiwarkę <https://google.pl> hasła „Vivus” oraz wydruk reklam „adwords” z dnia 3 grudnia 2015 r. po wpisaniu w wyszukiwarkę <https://google.pl> hasła „pożyczka w 15 minut”.

O powyższym Prezes UOKiK zawiadomił Vivus Finance pismem z dnia 4 grudnia 2015 r. Delegatura UOKiK w Warszawie wyjaśniła również Spółce, iż zaniechanie stosowania praktyki sformułowanej w postanowieniu o wszczęciu niniejszego postępowania może zostać stwierdzone w przypadku uzupełnienia każdej reklamy stosowanej przez Vivus Finance, w której pojawia się hasło dotyczące przekazania konsumentowi pieniędzy w 15 minut, o informację, od jakiego momentu Spółka liczy ten czas. Prezes UOKiK ponownie powołał treść art. 27 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wskazując, iż nie jest możliwe rozstrzygnięcie postępowania w oparciu o art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w przypadku gdy w jakimkolwiek przekazie reklamowym wykorzystywanym w obrocie konsumenckim przez Vivus Finance przejawia się praktyka sformułowana w postanowieniu o wszczęciu niniejszego postępowania. Spółka została poinformowana, iż zgodnie z wiedzą Delegatury UOKiK w Warszawie na dzień 3 grudnia 2015 r. praktyka przejawia się w reklamach „adwords”.

Spółka została zawiadomiona o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się z materiałem zgromadzonym w aktach sprawy w siedzibie Delegatury UOKiK w Warszawie.

Strona niniejszego postępowania skorzystała z prawa do zapoznania się z materiałem zgromadzonym w aktach sprawy.

Vivus Finance w piśmie z dnia 23 grudnia 2015 r. oświadczył, iż zmiana praktyki reklamowej polegająca na uzupełnieniu przekazu reklamowego zawierającego hasła reklamowe „15 minut” lub „nawet w 15 minut” o adnotację wskazującą moment, od którego Spółka liczy czas udzielenia konsumentowi pożyczki, została w pełni dokonana.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił, co następuje:

Vivus Finance Sp. z o.o. jest spółką prawa handlowego wpisaną do rejestru przedsiębiorców KRS prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy pod numerem: 0000418977. Przedmiotem działalności Spółki są m.in. pozostałe formy udzielania kredytów oraz pozostała finansowa działalność usługowa, gdzie indziej niesklasyfikowana, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszów emerytalnych.


Prezes UOKiK ustalił, iż Vivus Finance Sp. z o.o. deklaruje, iż dostarczy pieniądze na konto konsumenta w 15 minut licząc od momentu pozytywnego rozpatrzenia wniosku o udzielenie pożyczki, co jest końcowym etapem w procedurze zawierania umowy pożyczki.

Prezes Urzędu dokonał analizy reklam telewizyjnych, radiowych, internetowych, prasowych, plakatowych i ulotek oraz reklam mailingowych, którymi Spółka posługiwała się w okresie od 1 listopada 2014 r. do 15 grudnia 2014 r. Prezes Urzędu ustalił, iż Vivus Finance w wybranych reklamach posługiwał się hasłami, zgodnie z którymi konsument otrzyma pożyczkę w 15 minut. Vivus Finance, jak ustalił Prezes UOKiK, nie określał w tych reklamach, od jakiego momentu Spółka liczy ww. czas na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta. Zgodnie z ustaleniami Prezesa Urzędu Spółka posługiwała się m.in. hasłami (na podstawie załączników do pisma Vivus Finance z dnia 9 stycznia 2015 r.):


– *w 15 minut na komputerze, tablecie lub telefonie* – hasło wypowiedziane przez lektora w reklamie telewizyjnej (plik: VIVUS Reklama TV grudzień 30s.). Równocześnie na ekranie pojawia się po lewej stronie zegar z podpisem *w 15 min*, a po prawej rysunek telefonu, tabletu i laptopa z podpisem *na każdym urządzeniu*:

VIVUS Reklama TV grudzień 30s

POŻYCZKA DOSTĘPNA:



W 15 MIN

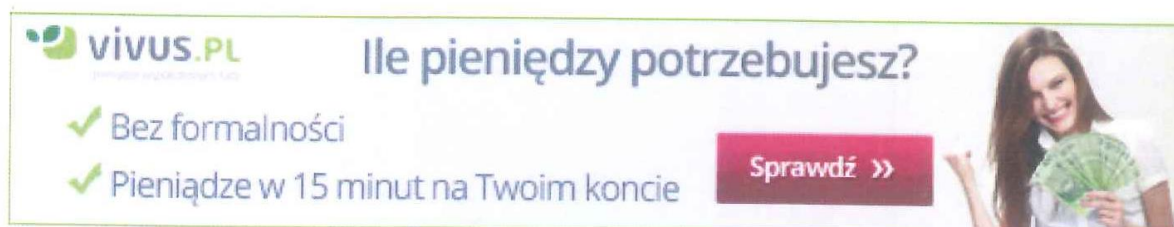


NA KAŻDYM URZĄDZENIU

RRSO w przypadku pierwszej pożyczki wynosi 0%. Jednorazowa opłata rejestracyjna wynosi 0,01 PLN.
 Reprezentatywny przykład: całkowita kwota pożyczki 1200 PLN; czas obowiązywania umowy 30 dni; oprocentowanie 0%;
 opłata przygotowawcza 0%; prowizja 168 PLN; całkowita kwota do zapłaty 1368 PLN; RRSO 392% (stan na dzień 07.11.2014r.)

00:24

– *Pożyczka online w 15 minut; Pieniądze w 15 minut na Twoim koncie; Pożyczka online w 15 min na Twoim koncie; Pożyczka w 15 min* – hasła używane w reklamach internetowych:



vivus.PL
 Ile pieniędzy potrzebujesz?

- ✓ Bez formalności
- ✓ Pieniądze w 15 minut na Twoim koncie

[Sprawdź >>](#)

Weź 1000 zł na



Pożyczka online
w 15 minut

Sprawdź ▶

RRSO w przypadku pierwszej pożyczki wynosi 0%. Jednorazowa opłata rejestracyjna wynosi 0,01 PLN lub 1 PLN. Reprezentatywny przykład: całkowita kwota pożyczki 1200 PLN; czas obowiązywania umowy 30 dni; oprocentowanie 0%; opłata przygotowawcza 0%; prowizja 168 PLN; całkowita kwota do zapłaty 1368 PLN; RRSO 392% (stan na dzień 21.06.2014 r.).

✓ Pożyczka online
w 15 minut
na Twoim koncie



VIVUS.PL

Sprawdź >>

Pożyczka w 15 min
Świąteczne pożyczki na prezenty.
Szybkie zatwierdzenie wniosku.
Vivus.pl/pozyczka

– Na zakupach online nie ma chwili do stracenia. Dziś jest okazja, jutro jej nie ma. Jednak dzięki Vivus.pl nic Cię nie ominie, bo pieniądze możesz mieć na koncie w 15 minut (...) – hasło użyte w reklamach prasowych:



Na zakupach online nie ma chwili do stracenia. Dziś jest okazja, jutro jej nie ma. Jednak dzięki Vivus.pl nic Cię nie ominie, bo pieniądze możesz mieć na koncie w 15 minut. W dodatku pierwsza pożyczka na 30 dni jest całkowicie za darmo.

vivus.PL
pieniądze współczesnych ludzi

www.vivus.pl
tel. 221 221 227

RISD w przypadku pierwszej pożyczki wynosi 0%. Jednocześnie opłata przygotowawcza wynosi 168 PLN i 1 PLN. Reprezentatywny przykład: całkowita kwota pożyczki 1200 PLN, czas obowiązywania umowy 30 dni; oprocentowanie 0%; opłata przygotowawcza 0%, prowizja 168 PLN; całkowita kwota do zapłaty 1368 PLN; RISD 392% (stan na dzień 21.06.2014 r.)

– *Pieniądze na koncie w 15 minut* – hasło użyte w ulotce reklamowej,

za 0zł!

Za darmo?
Naprawdę za darmo?

Tak, właśnie tak!

POŻYCZASZ 1400 ZŁ

ODDAJESZ 1400 ZŁ

Pieniądze na koncie w 15 minut

Bez zbędnych formalności

Czas spłaty i kwota dopasowane do Ciebie

W przypadku pierwszej pożyczki RISD wynosi 0%. Przykład reprezentatywny dla kolejnej pożyczki w Vivus.pl: całkowita kwota pożyczki 1200 PLN, czas obowiązywania umowy 30 dni; oprocentowanie 0%; opłata przygotowawcza 0%, prowizja 168 PLN; całkowita kwota do zapłaty 1368 PLN; RISD 392% (stan na dzień 21.06.2014 r.)

– *Pieniądze w 15 minut bez zbędnych formalności* – hasło zastosowane w reklamie mailingowej:

PIENIĄDZE NA DOWOLNY CEL!

Wejdź na Vivus.pl
i zawnioskuj
o kolejną pożyczkę!

Pieniądże w 15 minut
bez zbędnych formalności

Masz pytania?
Zadzwoń 221 221 227

WEŹ TERAZ!

vivus.PL
pomocnik współczesnych ludzi



PIENIĄDZE NA DOWOLNY CEL!

Wejdź na Vivus.pl i zawnioskuj o kolejną pożyczkę!

Pieniądże w 15 minut bez zbędnych formalności

Zaloguj się na www.vivus.pl lub zadzwoń 221 221 227

Pozdrawiamy,
Vivus.pl

Weź pożyczkę

Prezes Urzędu ustalił, iż jedynie w przekazanych reklamach radiowych Spółka nie posługiwała się hasłami, zgodnie z którymi konsument otrzyma pożyczkę w 15 minut.

Wbrew twierdzeniom Vivus Finance Prezes UOKiK ustalił, iż na dzień 6 lipca 2015 r. Spółka posługiwała się hasłem „w 15 minut” w Internecie. Po wpisaniu w tej dacie w wyszukiwarce <https://google.pl> hasła „Vivus” pojawiała się reklama Spółki z hasłem *Pieniądże w 15 minut:*

Vivus.pl - Vivus™ Pożyczka Online
www.vivus.pl
 Weź pożyczkę w Vivus Finance. Pożyczka do 4000 zł nawet w 15 min!
 Zmieniamy rzeczywistość - Pieniądże w 15 minut - Minimum formalności
 Vivus.pl ma 219 obserwatorów w Google+

Prezes UOKiK ustalił ponadto, iż do dnia 25 listopada 2015 r. Vivus Finance zmienił część stosowanych reklam wykorzystywanych w obrocie konsumenckim (np. reklama online – format „Kobieta z budzikiem” , reklama online – format „Zeus-Vivus”, reklama online – format „Tanie loty”) zawierających hasło: „nawet w 15 minut” poprzez dodanie w nich adnotacji: „Czas 15 minut liczony jest od chwili wydania przez pożyczkodawcę pozytywnej oceny zdolności kredytowej wnioskodawcy” (na podstawie pisma Spółki z dnia 26 listopada 2015 r. i przekazanych do niego załączników):

Pożycz do
4000 zł

Gotówka
na koncie
nawet
w **15 min**

 **vivus.PL**



Czas 15 minut liczony jest od chwili wydania przez pożyczkodawcę pozytywnej oceny zdolności kredytowej wnioskodawcy.

Prezes Urzędu ustalił również, iż Vivus Finance na dzień 3 grudnia 2015 r. posługiwał się w reklamach „adwords” hasłem „Pożyczki nawet w 15 minut” bez jednoczesnego wskazania, od jakiego momentu Vivus Finance liczy wskazany czas na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta.

Pożyczki nawet w 15 minut - Wysokie tempo przyznawania

www.vivus.pl/Pożyczki-nawet-w-15-minut

Pożyczka nawet w ciągu 15 minut

Termin spłaty 1-30 dni · Minimum formalności · Zmieniamy rzeczywistość

Vivus.pl ma 288 obserwatorów w Google+

Kontakt

Zadzwoń do nas lub napisz e-mail.
Sprawdź godziny pracy.

Dlaczego warto pożyczyć?

Dowiedz się, dlaczego warto wziąć
szybką pożyczkę w Vivus.pl

Na podstawie zebranego materiału dowodowego Prezes UOKiK ustalił również, iż na dzień 23 grudnia 2015 r. Spółka w reklamach „adwords” z użyciem hasła „nawet w 15 minut” wskazuje moment, od którego Vivus Finance liczy ten czas na przekazanie konsumentowi pieniędzy.

Pożyczki nawet w 15 minut - Vivus.pl

Reklama www.vivus.pl/Pożyczki-Online ▼ 22 122 12 27

Od pozytywnej decyzji kredytowej. Pożyczka nawet w ciągu 15 minut

Zmieniamy rzeczywistość - Minimum formalności - Termin spłaty 1-30 dni

Ustalenia Prezesa Urzędu dotyczą również liczby zawartych przez Spółkę umów pożyczki w okresie od listopada 2014 r. do września 2015 r., co prezentuje poniższa tabela²:

Miesiąc	Liczba zawartych umów pożyczki odnawialnej (pierwsza umowa)	Wartość zaciągniętych pożyczek (pierwsza umowa), w PLN	Liczba zawartych umów o kolejną pożyczkę	Wartość zaciągniętych pożyczek (kolejna umowa), w PLN
Listopad 2014	[...]	[...]	[...]	[...]
Grudzień 2014	[...]	[...]	[...]	[...]
Styczeń 2015	[...]	[...]	[...]	[...]
Luty 2015	[...]	[...]	[...]	[...]
Marzec 2015	[...]	[...]	[...]	[...]
Kwiecień 2015	[...]	[...]	[...]	[...]
Maj 2015	[...]	[...]	[...]	[...]
Czerwiec 2015	[...]	[...]	[...]	[...]
Lipiec 2015	[...]	[...]	[...]	[...]
Sierpień 2015	[...]	[...]	[...]	[...]
Wrzesień 2015	[...]	[...]	[...]	[...]

² Tabela sporządzona na podstawie danych przekazanych przez Spółkę w piśmie z dnia 29 września 2015 r. (zatem dane z września 2015 r. nie dotyczą pełnego miesiąca).

Prezes Urzędu ustalił również, iż w roku obrotowym poprzedzającym wydanie niniejszej decyzji Vivus Finance osiągnął obrót w wysokości [...] zł.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje:

Naruszenie interesu publicznoprawnego

Podstawą zastosowania przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie stwierdzenie przez Prezesa UOKiK, iż w wyniku stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zagrożony został interes publicznoprawny. Zgodnie z art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ustawa ta określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Przepis ten przesądza o przynależności niniejszej ustawy do dziedziny prawa publicznego, jak również o wyłączeniu możliwości podejmowania przez Prezesa Urzędu działań w celu ochrony interesów indywidualnych czy grupowych. W toku postępowania i przy wydawaniu decyzji Prezes Urzędu jest zatem rzecznikiem interesu publicznego. Rola ta wynika nie tylko z celu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, lecz również z jednej z naczelných zasad postępowania administracyjnego, tj. zasady uwzględniania interesu społecznego i słusznego interesu obywateli, określonej w art. 7 k.p.a. Wobec powyższego wykazanie wystąpienia zagrożenia interesu publicznoprawnego w danej sprawie stanowi podstawową przesłankę warunkującą możliwość jej rozstrzygnięcia w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu niniejsza sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub będą klientami Vivus Finance. Należy przy tym zauważyć, że interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Innymi słowy, naruszenie zbiorowego interesu konsumentów stanowi jednocześnie naruszenie interesu publicznoprawnego. Wobec powyższego uzasadnione było podjęcie przez Prezesa Urzędu w niniejszej sprawie działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ad I sentencji niniejszej decyzji

Naruszenie zakazu z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Zgodnie z treścią art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów *zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*, przez które stosownie do definicji zawartej w ust. 2 tego artykułu rozumie się *godzące w zbiorowe interesy konsumentów bezprawne działania przedsiębiorcy*. Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed wymierzonymi w nie naruszeniami, polegającymi na sprzecznych z prawem działaniach przedsiębiorców.

Powyżej wskazany przepis zawiera także przykładowe wyliczenie zachowań przedsiębiorców uważanych za naruszające zbiorowe interesy konsumentów. W otwartym katalogu zakazanych praktyk ustawodawca umieścił: (1) stosowanie postanowień wzorów umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, (2) naruszenie przez przedsiębiorcę obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, (3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (art. 24 ust. 2 ustawy).

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

- 1) kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy,
- 2) działanie to jest bezprawne,
- 3) działanie to godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Ad 1. Strona postępowania (przedsiębiorca)

Zakaz naruszenia zbiorowych interesów konsumentów odnosi się do przedsiębiorców. Art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera legalną definicję przedsiębiorcy, zgodnie z którą pod tym pojęciem rozumie się m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej.

Przedsiębiorcą, zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tj. Dz. U. z 2015 r., poz. 584 ze zm.), jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Działalnością

gospodarczą, w myśl art. 2 ww. ustawy, jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

Podmiot będący stroną niniejszego postępowania ma status przedsiębiorcy w rozumieniu powołanego powyżej art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, gdyż jest spółką prawa handlowego wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą działalność gospodarczą we własnym imieniu. Tym samym oznacza to, iż zachowanie Vivus Finance podlega kontroli dokonywanej na podstawie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ad 2. Bezprawność działań Vivus Finance

Drugą z przesłanek koniecznych dla stwierdzenia naruszenia art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność działań podejmowanych przez przedsiębiorcę.

Bezprawność, do której odwołał się ustawodawca wprowadzając do ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów definicję praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, należy rozumieć jako sprzeczność z prawem.

Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy ustalenie, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa³. Prezes Urzędu oceniając zachowanie Vivus Finance pod kątem ewentualnego naruszenia przepisów zakazujących stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, musi stosować inne akty prawa powszechnie obowiązującego i na ich podstawie stwierdzić, czy działanie przedsiębiorcy było bezprawne. Zgodnie z art. 87 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz. U. Nr 78, poz. 483) *źródłami powszechnie obowiązującego prawa Rzeczypospolitej Polskiej są: Konstytucja, ustawy, ratyfikowane umowy międzynarodowe oraz rozporządzenia. Źródłami powszechnie obowiązującego prawa Rzeczypospolitej Polskiej są na obszarze działania organów, które je ustanowiły, akty prawa miejscowego.*

³ Por. J. Szwaja (red.): Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Komentarz, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2000, s. 117-118.

Należy wskazać w związku z powyższym, że art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, lecz powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. W związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw. Na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem⁴.

Odnosząc powyższe uwagi do przedmiotowej sprawy należy zauważyć, co następuje:

Przepis art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w punkcie 3 stanowi, iż za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

W sentencji decyzji Prezes Urzędu zakwalifikował jako nieuczciwą praktykę rynkową zaniechanie wprowadzające w błąd poprzez pominięcie w reklamach pożyczki, w których pojawia się hasło, zgodnie z którym konsument otrzyma pieniądze w 15 minut, od jakiego momentu Vivus Finance liczy ww. czas na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta, tj. brak jest istotnej informacji, iż czas ten liczony jest od momentu pozytywnego rozpatrzenia przez Spółkę wniosku konsumenta o udzielenie pożyczki, który jest końcowym etapem w procedurze zawierania umowy pożyczki. Odnosząc się do przedmiotowego zarzutu należy wskazać, co następuje.

Nieuczciwe praktyki rynkowe zostały określone w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Na podstawie definicji zawartej w art. 2 pkt 4 tej ustawy przez praktyki rynkowe rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Należy wskazać, że pojęcie produktu wskazane w art. 2 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym ma szeroki zakres i obejmuje każdy towar lub usługę. Zatem działanie Vivus Finance, polegające na podawaniu konsumentowi informacji o czasie,

⁴ Art. 24 ust. 2 pkt 2, który odnosi się do zakazu stosowania postanowień wzorców umów wpisanych do rejestru prowadzonego przez Prezesa UOKiK na podstawie art. 479⁴⁵ k.p.c. stanowi samoistną przesłankę bezprawności i wyjątek od ogólnej zasady.

w którym konsument otrzyma pieniądze z pożyczki spełnia powyższe kryteria i może zostać uznane za praktykę rynkową w rozumieniu niniejszej ustawy.

Nieuczciwa praktyka rynkowa

Dokonując analizy praktyki rynkowej stosowanej przez przedsiębiorcę, należy poddać ocenie w świetle ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym to, czy dana praktyka jest nieuczciwa. Należy zauważyć, iż w świetle art. 4 ust. 1 tej ustawy, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta, zarówno przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania, jak i po jej zawarciu. Zgodnie z ust. 2 powołanego przepisu za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą z błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu dobrych praktyk. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w ust. 1. Podkreślenia wymaga, że art. 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym wprost zakazuje stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych.

W związku z powyższym zasadne jest zatem wykazanie, iż działanie Spółki określone w sentencji niniejszej decyzji stanowi praktykę rynkową wprowadzającą w błąd.

Praktyka rynkowa – zaniechanie wprowadzające w błąd

W myśl art. 6 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Wymaga podkreślenia, że obowiązek rzetelnego informowania konsumentów obejmuje wszystkie etapy sprzedaży, począwszy od przekazów reklamowych (ofertowych), których celem jest zainteresowanie potencjalnych nabywców ofertą handlową przedsiębiorcy, aż do momentu zawarcia umowy, której przedmiotem będzie nabycie towaru lub usługi.

Przeciętny konsument

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, w tym w art. 6 ust. 1 ustawy posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. Zgodnie z treścią art. 2 pkt 8 ww. ustawy przeciętny konsument jest to konsument dostatecznie poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny, zgodnie z brzmieniem ustawy, 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.

Oceniając działania Vivus Finance pod kątem naruszenia ww. ustawy, konieczne jest zatem odniesienie się do pojęcia przeciętnego konsumenta. Będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia działanie Spółki powinno być wobec tego oceniane z perspektywy przeciętnego jej adresata. Należy zatem ocenić, czy mógł on zostać wprowadzony w błąd poprzez przedmiotowe zaniechanie Vivus Finance, tzn. czy mógł powziąć błędne przekonanie o momencie, od którego Spółka liczy 15 minut na dostarczenie konsumentowi pożyczki.

Należy wskazać, że adresatem zakwestionowanych praktyk stosowanych przez Spółkę jest ogół konsumentów. Możliwość zawarcia umowy pożyczki z Vivus Finance nie jest ograniczona dla określonej, dającej się wyodrębnić na podstawie wspólnej cechy grupy konsumentów. Zawarcie umowy pożyczki ze Spółką możliwe jest przez nieograniczony krąg odbiorców, potencjalnie każdą osobę, która chciałaby skorzystać z oferty Spółki.

W związku z powyższym za przeciętnego konsumenta należy uznać w niniejszej sprawie konsumenta dostatecznie dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego „przeciętność”), polegająca na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy uznać, iż jego wiedza jest kompletna i profesjonalna.

Wskazania wymaga, iż każdy konsument ma prawo do rzetelnej informacji, która – przy założeniu dokonania z jego strony aktów staranności celem zrozumienia istoty kierowanych do niego przez przedsiębiorcę informacji – nie będzie wprowadzać w błąd.

Należy wyraźnie podkreślić, iż nie bez znaczenia jest sposób przekazania przeciętnemu konsumentowi informacji dotyczących zawieranej umowy, bowiem prawo konsumenta do transparentności przekazu profesjonalisty (należytego poinformowania) ma kardynalne znaczenie dla świadomego procesu decyzyjnego konsumenta. Naruszenie tego prawa (brak transparentności, nienależyte przekazanie informacji, przekazanie informacji nieprawdziwych) może skutkować bowiem tym, iż nawet przeciętny konsument nie będzie w stanie wykorzystać swojej wiedzy, ostrożności, racjonalnego postrzegania rzeczywistości i rozpoznać grożącego mu niebezpieczeństwa w postaci bezprawnych działań profesjonalisty. W tak zakłóconych warunkach przeciętny konsument nie będzie miał możliwości podjęcia świadomej decyzji. Zatem przeciętny konsument w wyniku stosowania przez przedsiębiorcę praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd może podjąć decyzję, której inaczej by nie podjął.

W związku z powyższym zaniechanie Vivus Finance określone w sentencji decyzji należy oceniać przez pryzmat wyżej opisanego modelu konsumenta, który jest adresatem tychże działań Spółki i adresatem praktyki rynkowej stosowanej przez Vivus Finance.

W ocenianych w przedmiotowym postępowaniu okolicznościach należy uznać, iż niewskazywanie przez Spółkę momentu, od którego Vivus Finance liczy czas na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta może zniekształcać warunki udzielanej pożyczki. Ma to wpływ na postrzeganie i ocenę oferty Spółki. W omawianych okolicznościach dochodziło do istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego konsumenta.

Praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów, której stosowanie Prezes Urzędu stwierdził w sentencji niniejszej decyzji, przejawiała się w reklamach telewizyjnych, radiowych, internetowych, prasowych, plakatowych i ulotkach oraz reklamach mailingowych, którymi Spółka posługiwała się w badanym przez Prezesa Urzędu okresie tj. od 1 listopada 2014 r. do 15 grudnia 2014 r. Prezes Urzędu ustalił, iż Vivus Finance w reklamach posługiwał się hasłami, zgodnie z którymi konsument otrzyma pożyczkę w 15 minut. Spółka, jak ustalił Prezes UOKiK, posługiwała się m.in. hasłami:

– *w 15 minut na komputerze, tablecie lub telefonie* – hasło wypowiedziane przez lektora w reklamie telewizyjnej (plik: VIVUS Reklama TV grudzień 30s.). Równocześnie na ekranie pojawia się po lewej stronie zegar z podpisem *w 15 min*, a po prawej rysunek telefonu, tabletu i laptopa z podpisem *na każdym urządzeniu*,

– *Pożyczka online w 15 minut; Pieniądze w 15 minut na Twoim koncie; Pożyczka online w 15 min na Twoim koncie; Pożyczka w 15 min* – hasła używane w reklamach internetowych,

– *Na zakupach online nie ma chwili do stracenia. Dziś jest okazja, jutro jej nie ma. Jednak dzięki Vivus.pl nic Cię nie ominie, bo pieniądze możesz mieć na koncie w 15 minut (...)* – hasło użyte w reklamach prasowych,

– *Pieniądze na koncie w 15 minut* – hasło użyte w ulotce reklamowej,

– *Pieniądze w 15 minut bez zbędnych formalności* – hasło zastosowane w reklamie mailingowej.

Prezes Urzędu ustalił, iż jedynie w przekazanych reklamach radiowych Spółka w badanym okresie nie posługiwała się hasłami, zgodnie z którymi konsument otrzyma pożyczkę w 15 minut.

Prezes UOKiK ustalił również, iż Vivus Finance liczy 15 minut na dostarczenie konsumentowi pożyczki na konto od momentu pozytywnego rozpatrzenia wniosku konsumenta o udzielenie pożyczki, co jest końcowym etapem w procedurze zawierania umowy pożyczki⁵.

Przeciętny konsument zachęcony działaniami marketingowymi Spółki, iż otrzyma pieniądze na konto w 15 minut może sądzić, iż cały proces zawierania umowy pożyczki, zwłaszcza w trybie online, dla małych kwot pożyczki, udzielanych na krótkie okresy czasu będzie trwać, zgodnie z reklamą, kwadrans. Konsument może uważać również, iż promowaną przez Vivus Finance „szybką pożyczkę” może zaciągnąć (i otrzymać pieniądze od Spółki) o każdej porze, czyli 24 godziny na dobę. Przeciętny konsument ma bowiem doświadczenie z usługami internetowymi dostępnymi szybko i o każdej porze, w których poszczególne etapy są zautomatyzowane. Jak jednak przyznał sam Vivus Finance w toku niniejszego postępowania, procedura zawierania umowy pożyczki jest wieloetapowa. Częścią z tych etapów „kieruje” konsument, a częścią Spółka. [...]. Pozytywne rozpatrzenie przez Spółkę wniosku o pożyczkę, czyli inaczej pozytywna decyzja kredytowa jest jednym z ostatnich etapów całego procesu zawierania umowy pożyczki, zarówno w trybie online, jak i offline. Dopiero od tego momentu Spółka wyznacza sobie 15-minutowy czas na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta. Brak informacji w reklamie, jak liczyć czas wyznaczony

⁵ Szczegółowe procedury zawierania umów pożyczki online i offline znajdują się na str. 6-11 niniejszej decyzji.

przez Vivus Finance na przekazanie pieniędzy konsumentowi czyni przekaz reklamowy niepełnym i wprowadzającym przeciętnego konsumenta w błąd.

Spółka twierdząc, iż działaniu Vivus Finance nie można przypisać cech zaniechania wprowadzającego w błąd określonego w art. 6 ust 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, z czym nie zgadza się Prezes Urzędu, powołuje się na „istotność” informacji oraz tworzy własny model „przeciętnego konsumenta”.

Zgodnie z powołanym przepisem zaniechanie wprowadzające w błąd występuje wtedy, kiedy przedsiębiorca pomija informacje, które są istotne dla konsumenta do podjęcia decyzji dotyczącej umowy. Nie sposób przyznać Spółce słuszność co do tego, iż informacje te muszą być wymagane prawem, czyli w przypadku reklamy pożyczki, art. 7 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. Nr 126, poz. 715 ze zm.). Przyznać należy, iż ust. 2 art. 6 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym precyzuje, iż w razie wątpliwości za istotne informacje uważa się informacje, które przedsiębiorca stosujący praktykę rynkową jest obowiązany podać konsumentom na podstawie odrębnych przepisów. Tak sformułowany przepis nie czyni jednak informacji istotnymi wyłącznie tych, które są wymagane przepisami prawa. W ocenie Prezesa UOKiK przepis ten należy interpretować tak, że informacje wymagane odrębnymi przepisami należy uważać za zawsze istotne. Jednak katalog informacji istotnych nie jest ograniczony do informacji wymaganych innymi przepisami – jest to katalog szerszy. „Istotność” informacji oceniana jest dla danej praktyki rynkowej w sposób indywidualny. Informacja o momencie, od którego Spółka liczy 15-minut na dostarczenie pożyczkobiorcy pieniędzy jest istotna dla przeciętnego konsumenta dla podjęcia decyzji dotyczącej umowy.

Vivus Finance w toku postępowania stanął na stanowisku, iż odbiorca usług pożyczkowych oferowanych przez Spółkę spełnia wyższe standardy niż przyjęty przez Prezesa Urzędu model przeciętnego konsumenta. [...]. W ocenie Prezesa Urzędu opisany przez Spółkę model konsumenta wpisuje się w standard zaprezentowany przez Prezesa Urzędu w niniejszej decyzji, tj. konsumenta dostatecznie dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego⁶. Podkreślić również należy, iż Spółka nie ogranicza swojej oferty dla osób w pewnym przedziale wiekowym, z określonym wykształceniem, czy formą zatrudnienia. Aktualny zatem pozostaje pogląd Prezesa Urzędu zaprezentowany w raporcie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zatytułowanym *Reklama parabanków. Raport*

⁶ Szczegółowa charakterystyka przeciętnego konsumenta znajduje się na str. 30-31.

z kontroli reklam pozabankowych instytucji finansowych oferujących pożyczki konsumentom w zakresie adresata reklam stosowanych przez „parabanki”⁷. Prezes UOKiK stwierdza w raporcie: *treść reklam poddanych badaniu przez Prezesa Urzędu nie wykazała, aby były one kierowane do określonej, dającej się wyodrębnić na podstawie wspólnej cechy grupy konsumentów*⁸. Również treść reklam analizowanych przez Prezesa UOKiK w niniejszym postępowaniu i stanowiących podstawę dla sformułowania zarzutu określonego w sentencji niniejszej decyzji nie wykazała, aby były one kierowane do dającej się wyodrębnić na podstawie wspólnej cechy grupy konsumentów.

Spółka podniosła również w toku postępowania, iż klienci Vivus Finance mają większą łatwość w *poszukiwaniu i porównywaniu ofert czy też weryfikowaniu haseł reklamowych pod kątem ich prawdziwości i możliwości realizacji*. Podkreślenia wymaga, iż Spółka nie powinna przenosić ciężaru weryfikacji haseł reklamowych stosowanych przez Vivus Finance pod kątem ich prawdziwości i możliwości realizacji na konsumentów. Pożyczkobiorcy powinni otrzymywać od Spółki informację pełną, rzetelną, prawdziwą, niewprowadzającą w błąd. Vivus Finance zachęcając konsumentów w reklamach, iż pożyczkobiorca otrzyma pieniądze w 15 minut powinien doprecyzować, jak ten czas liczyć. Konsument powinien otrzymać pełną informację bez potrzeby weryfikowania, od którego momentu procedury zawierania umowy pożyczki pieniądze zostaną dostarczone na jego konto we wskazanym przez Vivus Finance czasie. Poprzez zaniechanie Spółki w tym zakresie, konsument może zostać wprowadzony w błąd.

Vivus Finance zaprezentował w toku postępowania stanowisko, zgodnie z którym na rynku pożyczek przeciętnym konsumentem nie jest każda osoba korzystająca z Internetu. Spółka wskazała na doświadczenie tych konsumentów w dokonywaniu zakupów i transakcji za pośrednictwem Internetu i posiadanie przez nich wiedzy na temat zasad funkcjonowania usług online oraz usług pożyczkowych. Prezes UOKiK nie kwestionuje, iż korzystanie przez klientów Spółki z możliwości zawierania umowy pożyczki w trybie online wymaga pewnej wiedzy i umiejętności związanych z korzystaniem z sieci Internet oraz znajomości pewnych zasad panujących na rynku usług finansowych. Argument Vivus Finance nie pozbawia jednak określonej w sentencji niniejszej decyzji praktyki cech zaniechania wprowadzającego w błąd. Fakt, iż konsument zaciągający pożyczkę w trybie online posiada do tej czynności

⁷ Raport z maja 2013 r., dostępny pod linkiem: <https://uokik.gov.pl/raporty2.php>.

⁸ Str. 19 raportu.

odpowiednią wiedzę i umiejętności nie oznacza, iż wie, od jakiego momentu Spółka liczy 15 minut na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta. Zwrócić również należy uwagę, iż potrzebna pożyczkobiorcy wiedza do skorzystania z oferowanej przez Vivus Finance możliwości zawarcia umowy pożyczki w trybie online nie jest wiedzą specjalistyczną w zakresie korzystania z sieci Internet i rynku finansowego. W tym miejscu powtórzyć należy stanowisko Prezesa UOKiK zaprezentowane w powoływanym powyżej raporcie zatytułowanym: *Reklama parabanków. Raport z kontroli reklam pozabankowych instytucji finansowych oferujących pożyczki konsumentom*, zgodnie z którym: *umowy zawierane przez parabanki dotyczą najczęściej niewielkich kwot, pożyczanych na krótki okres i jako takie nie wymagają od konsumentów ponadprzeciętnej specjalistycznej wiedzy w zakresie funkcjonowania rynku usług finansowych bądź warunków udzielania pożyczek*. Zatem należy stwierdzić, iż konsument korzystający z usług finansowych Vivus Finance i posiadający podstawową wiedzę dotyczącą funkcjonowania rynku pożyczkowego nie musi znać szczegółowych zasad polityki udzielania konsumentom pożyczek, w tym momentu, od którego Spółka liczy 15 minut na dostarczenie pieniędzy na konto pożyczkobiorcy.

W toku postępowania Vivus Finance przedstawił również wynik badania przeprowadzonego wśród swoich klientów, w ramach którego Spółka zadała swoim pożyczkobiorcom pytanie: [...].

W ocenie Prezesa UOKiK za bezpodstawny należy również uznać argument Spółki, jakoby szybkość udzielenia pożyczki była dla konsumentów korzystających z usług Vivus Finance nieistotna. Reklamy kierowane przez przedsiębiorców do konsumentów mają na celu wyeksponowanie najważniejszych zalet oferowanych usług czy produktów, co ma je wyróżnić na tle innych podobnych na danym rynku ofert. Gdyby uznać, iż „szybkość” dostarczenia konsumentowi pieniędzy na konto jest z punktu widzenia pożyczkobiorców informacją nieistotną, to niezrozumiałe byłoby podkreślanie przez Spółkę w reklamach właśnie tej cechy oferowanej usługi. Zwrócić należy również uwagę, iż także inne podmioty świadczące usługi na rynku pożyczkowym zwracają w swoich reklamach uwagę na „szybkość” udzielanej pożyczki. Powyższe potwierdza, iż jest to dla konsumentów informacja istotna.

Vivus Finance zaprezentował w toku postępowania stanowisko, zgodnie z którym stosowane w reklamach określenie „w 15 minut” – choć może być odczytane dosłownie – może również oznaczać obietnicę udzielenia pożyczki w sposób maksymalnie szybki, przy zachowaniu minimum formalności oraz przy zastosowaniu określonych procedur. W ocenie

Prezesa Urzędu cała argumentacja podniesiona przez Spółkę w toku niniejszego postępowania wskazuje, iż sam Vivus Finance w sposób dosłowny odczytuje określenie „w 15 minut”. Niezrozumiałe jest zatem oczekiwanie Spółki, iż przeciętny konsument będzie interpretować ten przekaz reklamowy w sposób odmienny – uznając to określenie za obietnicę szybkiego udzielenia pożyczki, jednak bez odczytywania sformułowania „w 15 minut” jako czasu na dostarczenie pożyczki na konto konsumenta. Zwrócić należy uwagę, iż w przypadku usług finansowych, które w istotny sposób mogą wpływać na sytuację ekonomiczną konsumenta, nie ma miejsca na wątpliwości co do znaczenia sformułowań, którymi przedsiębiorcy posługują się w reklamach. W przypadku, jeżeli Spółka nie gwarantuje dostarczenia konsumentowi pieniędzy na konto w czasie wskazywanym w reklamie, Vivus Finance nie powinien posługiwać się pojęciami, które na to wprost wskazują. Jest wiele określeń, których zastosowanie pozwoli przekazać konsumentom, iż pożyczka zostanie udzielona szybko, bez jednoczesnego określania dokładnego czasu. Jeżeli jednak Spółka używa sformułowania „w 15 minut” powinno być ono precyzyjne, tj. powinien być podany moment, od którego Vivus Finance liczy czas na dostarczenie konsumentowi pożyczki.

W tym miejscu odnosząc się do wykorzystywania przez pożyczkodawców w reklamach, w tym przez Spółkę, określenia „w 15 minut” lub innych analogicznych sformułowań określających czas na dostarczenie konsumentowi pieniędzy na konto bez jednoczesnego wskazania jak liczyć ten czas, Prezes Urzędu pragnie zwrócić uwagę na ocenę Federacji Konsumentów tego rodzaju reklam zawartą w raporcie zatytułowanym: *Raport z badania wzorców umownych pożyczek krótkoterminowych*⁹. Federacja Konsumentów wskazała w raporcie: *W ocenie Federacji Konsumentów nierzeczywista jest także reklamowana przez pożyczkodawców możliwość udzielenia pożyczki w słynne „15 min”, z kilku powodów. Po pierwsze konsument powinien się przed zawarciem umowy zapoznać z wieloma dokumentami. Umowa ramowa (ewentualnie umowa pożyczki), regulamin udzielania pożyczek, regulamin świadczeni usług drogą elektroniczną, polityka prywatności, tabele kosztów, formularz informacyjny. Dokumenty te bywają bardzo obszerne, nawet do 50 stron. Nie wydaje się zatem możliwe, aby w tak krótkim czasie konsument był w stanie zapoznać się z treścią tych dokumentów. Poza tym pożyczkobiorca, aby uzyskać pożyczkę, musi dokonać przelewu opłaty rejestracyjnej, co również zajmuje chwilę. Ale to nie wszystko.*

⁹ Raport Federacji Konsumentów z 2015 r., dostępny pod linkiem: <http://www.federacja-konsumentow.org.pl/n,58,1140,25,1,pożyczki-krotkoterminowe--prawdziwe-oblicze-chwilowek.html>.

*Pożyczkodawcy sami w umowach zastrzegają, że wypłata pożyczki może nastąpić w terminie (różnie) od 1 nawet do 7 dni od zaakceptowania wniosku. Natomiast termin na akceptację wniosku nie jest już wskazywany. Poza tym pożyczkodawcy informują w umowie, że przed zaakceptowaniem wniosku będą weryfikować dane podane przez konsumenta, jego zdolność kredytową, składane oświadczenia etc. Obiektywnie zatem „pożyczka w 15 min” jest wysoce nieprawdopodobna¹⁰. Mając na uwadze stanowisko Federacji Konsumentów w zakresie reklam pożyczek posługujących się hasłami „w 15 minut” (i analogicznymi) Prezes Urzędu podkreśla, iż konieczne jest nie tylko wskazywanie co pożyczkodawca obiecuje wykonać w tym czasie (w przypadku Vivus Finance jest to dostarczenie konsumentowi pieniędzy na konto) oraz od jakiego momentu ten czas liczyć, ale również, co należy podkreślić, informacja ta musi być prawdziwa. W odniesieniu do Spółki zwrócić należy uwagę, iż doprecyzowanie kwestionowanego przez Prezesa Urzędu hasła reklamowego o moment, od którego Vivus Finance liczy 15 minut na dostarczenie konsumentowi pieniędzy na konto podlegać powinno kolejnej weryfikacji, tj. sprawdzeniu, czy Spółka rzeczywiście dostarcza pożyczkobiorcom pieniądze w 15 minut licząc od wskazanego momentu. Takie sprawdzenie nie stanowi przedmiotu niniejszego postępowania. Niezależnie od powyższego Prezes Urzędu pragnie zwrócić uwagę, iż z [...] ¹¹. Tę ocenę potwierdza również informacja zawarta w Formularzu informacyjnym dotyczącym kredytu konsumenckiego, w rubryce „terminy i sposób wypłaty kredytu” o treści: *Po zatwierdzeniu Wniosku o Pożyczkę, wypłata środków pieniężnych następuje niezwłocznie, w terminie nie dłuższym niż 7 dni od wydania pozytywnej decyzji o udzieleniu Pożyczki, w formie przelewu bankowego na Rachunek Bankowy Pożyczkobiorcy*¹².*

Spółka w toku postępowania zwróciła również uwagę, iż pominięcie istotnych informacji musi, zgodnie z art. 6 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, wpływać na proces decyzyjny konsumenta i tym samym powodować co najmniej możliwość podjęcia przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Prezes Urzędu nie kwestionuje powyższego, jednakże nie podziela stanowiska Vivus Finance, zgodnie z którym pominięcie przez Spółkę informacji, od którego momentu należy

¹⁰ Str. 41 raportu.

¹¹ [...] Prezes Urzędu postawił w oparciu o dokument zatytułowany: *Opis procesu on-line – zawieranie umowy pożyczki przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość*.

¹² Formularz informacyjny dotyczący kredytu konsumenckiego, zaliczony w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu, Prezes Urzędu pozyskał ze strony internetowej Spółki.

liczyć 15 minut na dostarczenie konsumentowi pieniędzy na konto pozostaje bez wpływu na decyzję konsumenta dotyczącą umowy. Vivus Finance prezentując swoje stanowisko próbuje odpowiedzieć na pytanie, czy gdyby konsument znał moment, od którego Spółka liczy 15 minut na dostarczenie konsumentowi pieniędzy podjąłby inną decyzję w zakresie zawarcia z Vivus Finance umowy pożyczki. W ocenie Prezesa Urzędu wiedza konsumenta w tym zakresie mogłaby mieć wpływ na jego decyzję co do zawarcia umowy ze Spółką. Właściwe jest również zastanowienie się, czy brak tej informacji w reklamie może wpływać na decyzję konsumenta dotyczącą umowy. Zdaniem Prezesa UOKiK odpowiedź na to pytanie jest twierdząca. Konsument pod wpływem zaniechania wprowadzającego w błąd w postaci niewskazywania momentu, od którego Spółka liczy 15 minut na przekazanie konsumentowi pieniędzy na konto mógł zawrzeć umowę pożyczki z Vivus Finance zamiast wybrać inną ofertę spośród dostępnych na rynku usług finansowych ofert kredytów konsumenckich / pożyczek, kierując się mylnym wyobrażeniem o czasie na dostarczenie pieniędzy poprzez błędne wyznaczenie momentu, od którego Spółka liczy 15 minut na dokonanie ww. czynności. Niewskazywanie tego momentu powoduje korzystniejsze postrzeganie warunków umowy pożyczki zawieranej ze Spółką przez adresata zakwestionowanej praktyki. Prezentowanie wyłącznie informacji o dostarczeniu pieniędzy na konto konsumenta w 15 minut bez wskazywania momentu, od którego należy liczyć ten czas zwiększa zainteresowanie ofertą Vivus Finance. Wprowadzenie w błąd poprzez zaniechanie Spółki określone w sentencji niniejszej decyzji rzutuje zatem na prawidłowość podejmowanej decyzji rynkowej. Konsument mógł zawrzeć umowę pożyczki, czego mógłby nie zrobić w przypadku posiadania pełnej wiedzy o ofercie Vivus Finance. Uzasadnionym jest zatem przyjęcie, że przeciętny konsument, sugerując się niepełną wprowadzającą w błąd informacją, mógł podjąć decyzję, której inaczej by nie podjął, tj. mógł zawrzeć umowę pożyczki z Vivus Finance.

Odwołując się do treści art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym podkreślić należy, zgodnie ze stanowiskiem Spółki zaprezentowanym w toku postępowania, iż praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd, agresywna praktyka rynkowa, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk nie podlega ocenie w świetle przesłanek określonych w ust. 1 powołanego powyżej przepisu, tj. sprzeczności z dobrymi obyczajami oraz tego, czy stosowana przez przedsiębiorcę praktyka rynkowa w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta, zarówno przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania,

jak i po jej zawarciu. Prezes Urzędu wykazał, iż Spółka stosuje nieuczciwą wprowadzającą w błąd praktykę, a zatem niekonieczne jest dodatkowe udowodnianie, iż spełnione są przesłanki z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Niezależnie od powyższego należy zauważyć, iż Prezes Urzędu wykazał w treści niniejszej decyzji, iż praktyka stosowana przez Vivus Finance zniekształca zachowanie rynkowe konsumenta. W tym miejscu zanegować należy również stanowisko Spółki, jakoby określona w sentencji niniejszej decyzji praktyka miałaby nie naruszać dobrych obyczajów. W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić jako prawo do rzetelnej i jednoznacznej informacji przeciętnego konsumenta co do momentu, od którego Vivus Finance liczy 15 minut na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta, tj. prawo do informacji, że Spółka liczy ten czas od momentu pozytywnego rozpatrzenia wniosku konsumenta o udzieleniu pożyczki. Za niezasadny zatem należy uznać argument Vivus Finance o braku naruszenia dobrych obyczajów.

Wobec powyższego, zdaniem Prezesa UOKiK, opisane zaniechanie Spółki określone w sentencji niniejszej decyzji stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w 6 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Ad 3. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

Dla stwierdzenia przez Prezesa Urzędu stosowania przez przedsiębiorcę praktyki określonej w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów konieczne jest również wykazanie, iż w wyniku jej stosowania przez przedsiębiorcę naruszony lub zagrożony został zbiorowy interes konsumentów. Wskazać należy, iż ww. ustawa nie definiuje pojęcia *zbiorowy interes konsumentów*, a art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wskazuje jedynie, iż nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem często lub nawet powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. Zbiorowy interes konsumentów oznacza interes dotyczący ogółu, a naruszenie tego interesu może mieć miejsce, gdy skutkami działań sprzecznych z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku – konsumentów.

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw licznej grupy konsumentów – wszystkich konsumentów będących lub mogących być klientami Vivus

Finance. Należy przy tym wskazać, że zdaniem Sądu Najwyższego wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów, za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy [vide: wyrok Sądu Najwyższego z dnia 10 kwietnia 2008 r.; sygn. akt III SK 27/07].

W tym miejscu Prezes Urzędu pragnie zauważyć, iż wobec powyższego za bezzasadny należy uznać argument Vivus Finance zaprezentowany w toku postępowania, iż Spółka swoim działaniem opisanym w sentencji niniejszej decyzji nie narusza zbiorowych interesów konsumentów. Vivus Finance na poparcie swojego twierdzenia, z którym nie zgadza się Prezes Urzędu, wskazał na brak istotności kryterium szybkości udzielania pożyczki dla podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji o jej zaciągnięciu, satysfakcji klientów Spółki z szybkości udzielonej pożyczki oraz z usług świadczonych przez Vivus Finance. Prezes UOKiK podtrzymuje swoje stanowisko, iż nie można uznać, iż szybkość udzielenia pożyczki pozostaje dla konsumentów kwestią mało istotną. Również przeprowadzone przez Vivus Finance badania w zakresie satysfakcji konsumentów z usług Spółki pozostają bez znaczenia dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w niniejszej sprawie.

Zaniechanie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu – jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 ustawy – wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania. Z kolei w świetle art. 27 ust. 1 i 2 ww. ustawy, nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki. W takim przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

Prezes Urzędu stwierdził zaniechanie stosowania przez Vivus Finance praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w sentencji niniejszej decyzji. Spółka przedłożyła dowody wskazujące, iż reklamy, w których Vivus Finance posługuje się hasłem: „nawet w 15 minut” (np. reklama online – format „Kobieta z budzikiem” , reklama online – format „Zeus-Vivus”, reklama online – format „Tanie loty”) Spółka uzupełniła o adnotację: „Czas 15 minut liczony jest od chwili wydania przez pożyczkodawcę pozytywnej oceny zdolności kredytowej wnioskodawcy”. Vivus Finance przedłożył również dowody wskazujące, iż Spółka wprowadziła odpowiednie zmiany do reklam „adwords” z wykorzystaniem hasła „nawet w 15 minut”. Spółka doprecyzowała w ww. reklamach moment, od którego liczy 15 minut na dostarczenie konsumentowi pieniędzy na konto poprzez dodanie hasła: „Od pozytywnej decyzji kredytowej”.

Wobec złożonego przez Vivus Finance wniosku o wydanie decyzji w oparciu o art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zwrócić należy uwagę na treść tego przepisu, zgodnie z którym, przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie przepisu art. 24 ww. ustawy, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. Zaznaczyć należy, iż zgodnie z brzmieniem art. 28 ust. 1 ustawy złożenie przez przedsiębiorcę zobowiązania stwarza po stronie Prezesa UOKiK jedynie możliwość, a nie obowiązek przyjęcia takiego zobowiązania i wydania decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 ww. ustawy. Prezes Urzędu uznał, iż w niniejszej sprawie nie przyjmie złożonego przez Spółkę zobowiązania, w związku z czym ww. przepis nie stanowi podstawy rozstrzygnięcia.

Vivus Finance w toku postępowania wniósł o wydanie decyzji nakładającej na Spółkę obowiązek wykonania przyjmowanego na siebie zobowiązania do zawarcia w reklamach pożyczek oferowanych przez Vivus Finance, w których pojawia się hasło, zgodnie z którym konsument otrzyma kwotę pożyczki w 15 minut informacji o momencie, od którego Spółka liczy ww. czas na dostarczenie środków na rachunek bankowy konsumenta. Prezes Urzędu rozważył złożone przez Vivus Finance zobowiązanie i uznał, że przyjęcie zobowiązania w zaproponowanej przez Spółkę formule nie jest możliwe. Prezes UOKiK poddał przedmiotowe zobowiązanie ocenie, w której za kryterium przyjął dodatkowe korzyści dla konsumentów płynące z wydania przez Prezesa Urzędu decyzji w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakładającej na Spółkę obowiązek wykonania

złożonego zobowiązania. Brak jest jednak, w opinii Prezesa UOKiK, „wartości dodanej” („przysporzenia konsumenckiego”) przyjęcia takiego zobowiązania. Praktyka taka jak zakwestionowana w toku niniejszego postępowania występuje obecnie powszechnie na rynku. Godzi ona w istotne prawo konsumentów do prawdziwej, pełnej informacji o produkcie na etapie przedkontraktowym. Należy ponadto zauważyć, że stwierdzona niniejszą decyzją praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów nie była dotychczas podstawą rozstrzygnięć władczych Prezesa Urzędu. Z uwagi na powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu, celowym i zasadnym jest podjęcie w niniejszej sprawie orzeczenia merytorycznego dotyczącego rozstrzygnięcia, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Dzięki temu możliwe będzie kształtowanie linii orzeczniczej w kwestii prezentowania informacji jak w postępowaniu w przekazie marketingowym przedsiębiorców działających na rynku pożyczkowym. Decyzja wydana w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów mogłaby wskazywać jedynie na uprawdopodobnienie naruszenia ww. zakazu. Biorąc pod uwagę powyższe Prezes Urzędu zdecydował się nie uwzględniać wniosku przedsiębiorcy o wydanie decyzji zobowiązującej na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Vivus Finance w toku postępowania zaproponował rozszerzenie złożonej już propozycji zobowiązania o następujące kierunki:

- 1) w płaszczyźnie informacyjnej: a) dokonanie modyfikacji głównej witryny strony internetowej Spółki w taki sposób, aby konsument bez konieczności dokonywania żadnych innych czynności mógł dowiedzieć się, w jaki sposób Spółka liczy czas na dokonanie wypłaty środków konsumentowi, b) dodanie informacji o sposobie obliczania czasu wypłaty środków na indywidualnym profilu internetowym pożyczkobiorcy, z którego konsument korzysta wnioskując o udzielenie mu pożyczki, c) przeprowadzenie akcji informacyjnej poprzez zamieszczenie w wysłanym Newsletterze do klientów Spółki, dodatkowej informacji o sposobie obliczania przez Spółkę czasu na dokonanie wypłaty środków konsumentom,
- 2) w płaszczyźnie bezpośredniej: a) udzielenie rabatu – w wysokości 5% prowizji należnej Spółce – na kolejną pożyczkę każdemu z konsumentów, którzy wnioskując o pożyczkę każdemu z konsumentów, którzy wnioskując o pożyczkę w dni robocze w godzinach od 6 do 23 nie otrzymali środków pieniężnych w czasie 15 minut od chwili podjęcia przez Spółkę pozytywnej decyzji kredytowej, chyba że powodem opóźnienia w przekazaniu środków konsumentowi

byłyby okoliczności niezależne od Spółki, na które nie miała ona wpływu (np. awaria zasilania), b) uzupełnienie wzorca umowy pożyczki zawieranej z konsumentami o zastrzeżenie umowne realizacji zobowiązania, o którym mowa powyżej.

W ocenie Prezesa Urzędu w kontekście „przysporzenia konsumentckiego” należałoby ewentualnie rozpatrywać drugą propozycję kierunku zobowiązania. Pierwsza grupa propozycji o charakterze informacyjnym, w ocenie Prezesa UOKiK, nie ma charakteru „przysporzenia konsumentckiego”. Odwołując się natomiast do drugiego kierunku zobowiązań należy stwierdzić, iż niemożliwe jest przyjęcie zobowiązania Spółki, które stanowiłoby w istocie zachętę dla konsumentów do zaciągnięcia kolejnej pożyczki w Vivus Finance. Taką treść zobowiązania można odczytywać jako zabieg marketingowy i promocję usług pożyczkowych konkretnego przedsiębiorcy, tj. Spółki, a z drugiej strony jako zachętę i przyczynianie się przez Prezesa Urzędu do wpadania przez konsumentów w tzw. „pętlę zadłużenia”. Treść tak sformułowanego zobowiązania jest zatem nie do zaakceptowania przez Prezesa UOKiK.

Dodatkowo w toku postępowania pojawiły się wątpliwości Prezesa Urzędu co do tego, czy zawsze prawdziwe jest hasło, iż Vivus Finance dostarcza konsumentom pieniądze w 15 minut od momentu pozytywnego rozpatrzenia wniosku konsumenta o udzielenie pożyczki. Pomimo, iż weryfikacja prawdziwości deklaracji Spółki w tym zakresie nie stanowi przedmiotu niniejszego postępowania, Prezes Urzędu uznał za niezasadne przyjęcie zobowiązania o takiej treści.

Zwrócić należy uwagę, iż zgodnie ze stanowiskiem Prezesa Urzędu zaprezentowanym w *Wyjaśnieniach w sprawie decyzji zobowiązującej w sprawach praktyk ograniczających konkurencję oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów: Wydanie decyzji zobowiązującej pozwala na szybsze zakończenie postępowania, a w konsekwencji zrealizowanie celu wynikającego z ustawy, poprzez wyeliminowanie zachowań przedsiębiorców naruszających konkurencję albo zbiorowe interesy konsumentów. Jednocześnie szybsze zakończenie postępowania jest korzystne dla przedsiębiorcy, ze względu na oszczędność środków finansowych czy brak konieczności ponoszenia dalszych nakładów pracy związanych z podejmowaniem czynności w toku postępowania (angażowania pracowników w przygotowywanie pism, czy korzystania z pomocy prawnej świadczonej przez*

radców prawnych czy adwokatów)¹³. Podkreślić należy, iż przedkładanie Prezesowi Urzędu kolejnych propozycji zobowiązania przez Spółkę zaprzecza jednemu z ww. celów, jaki ma zostać osiągnięty poprzez wydanie decyzji w oparciu o art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, tj. szybsze zakończenie postępowania. Prezes Urzędu uznał za niezasadne wydłużanie czasu trwania postępowania celem złożenia możliwej do przyjęcia przez Prezesa UOKiK treści zobowiązania Spółki i uznał za zasadne, po zebraniu całego materiału dowodowego, stwierdzenie stosowania przez Vivus Finance praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Mając na uwadze, że zostały spełnione wszystkie przesłanki pozwalające uznać zachowanie przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz fakt zaprzestania jej stosowania, **orzeczono jak w punkcie I sentencji decyzji.**

Ad II sentencji niniejszej decyzji

Zgodnie z art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. Może również nakazać publikację decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy. Stosownie do art. 27 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w przypadku wydania decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania przepis art. 26 ust. 2 ww. ustawy stosuje się odpowiednio. Zatem w niniejszej sprawie Prezes Urzędu miał możliwość skorzystania z ww. dodatkowych środków.

Prezes UOKiK korzystając z instrumentu przewidzianego w art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i dobierając odpowiednie środki usunięcia trwających skutków naruszenia wziął pod uwagę następujące okoliczności sprawy. Po pierwsze Prezes Urzędu uwzględnił charakter naruszenia, jakiego dopuściła się Spółka.

¹³ Wyjaśnienia w sprawie decyzji zobowiązującej w sprawach praktyk ograniczających konkurencję oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów dostępne są pod linkiem: file:///C:/Users/azak/Downloads/uokik_wyjasnienia_w_sprawie_wydawania_decyzji_zobowi%C2%B1zuj%C2%B1cej_20120726.pdf, str. 1.

Podkreślić należy, iż praktyka stwierdzona niniejszą decyzją wywołuje skutki przede wszystkim w świadomości konsumentów w zakresie postrzegania warunków oferty Vivus Finance. Dlatego też celem obowiązków nałożonych przez Prezesa UOKiK jest poinformowanie konsumentów o stosowanej przez Spółkę praktyce naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Dzięki złożonemu przez Vivus Finance oświadczeniu konsumenci powinni stać się bardziej uważni i ostrożni w relacjach z pożyczkodawcami w przyszłości – będą bardziej wrażliwi na praktyki wykorzystywane przez podmioty oferujące pożyczki, które mogą chcieć wykorzystać swoją przewagę nad słabszym uczestnikiem rynku – konsumentem. Edukacja konsumentów w tym zakresie jest dla Prezesa Urzędu niezwykle istotna. Prezes UOKiK wziął również pod uwagę środki przekazu reklamowego wykorzystane przez Vivus Finance, w których ujawniła się zarzucona Spółce praktyka. Podkreślić należy, iż Spółka stosuje bardzo dużo reklam internetowych, o czym świadczy materiał dowodowy zebrany w sprawie wskazujący, że Vivus Finance posługuje się ponad 22 tysiącami kombinacji tekstu w reklamach „adwords”. Informacje dotyczące czasu udzielania pożyczki zamieszcza na swojej stronie internetowej, poprzez którą konsumenci kontaktują się z przedsiębiorcą, w sytuacji gdy chcą zawrzeć umowę pożyczki. Prezes Urzędu zgromadził materiał dowodowy, który również potwierdził stosowanie hasła „w 15 minut” w ulotkach reklamowych oraz w reklamach telewizyjnych. Te okoliczności miały znaczenie przy doborze miejsc publikacji oświadczenia Spółki sformułowanego w sentencji niniejszej decyzji. Prezes Urzędu wziął również pod uwagę liczbę umów pożyczki zawieranych z Vivus Finance przez konsumentów. W okresie od listopada 2014 r. do września 2015 r. Spółka zawarła [...] pierwszych umów pożyczki oraz [...] umów o kolejną pożyczkę, czyli łącznie [...] umowy¹⁴. Nakładając obowiązki w trybie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes UOKiK uwzględnił również zdolności finansowe Spółki. Obrót osiągnięty przez Vivus Finance w roku obrotowym poprzedzającym wydanie niniejszej decyzji w wysokości [...] zł świadczy o wysokiej zdolności do poniesienia kosztów nałożonych obowiązków.

W związku z powyższym Prezes Urzędu nałożył na Vivus Finance, na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obowiązek:

- 1) publikacji:

¹⁴ W oparciu o tabelę zamieszczoną na str. 24 niniejszej decyzji.

a) oświadczenia o treści:

„Vivus Finance Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie informuje, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniu 31 grudnia 2015 r. wydał decyzję nr RWA-29/2015 stwierdzającą stosowanie przez Vivus Finance Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez brak wskazania w reklamach pożyczki, w których pojawia się hasło, zgodnie z którym konsument otrzyma pieniądze w 15 minut, informacji, od jakiego momentu spółka liczy czas na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta oraz stwierdzającą zaniechanie stosowania praktyki z dniem 23 grudnia 2015 r. Jednocześnie Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nałożył na spółkę obowiązek publikacji niniejszego oświadczenia.”

– czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB - #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB - #ffffff),

– tekst powyższego oświadczenia wyjustowany,

– czcionką pogrubioną (bold) fragment: *„Vivus Finance Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie informuje, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniu 31 grudnia 2015 r. wydał decyzję nr RWA-29/2015 stwierdzającą stosowanie przez Vivus Finance Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów”*,

– w ramce o rozmiarze nie mniejszym niż 750 px x 300 px, tak aby wielkość czcionki była dostosowana do wielkości ramki, tj. ramka była w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie,

– w górnej części strony głównej domeny vivus.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),

b) hiperłącza w formie tekstowej o treści „Czytaj całą treść decyzji” napisanego czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB - #000000) ARIAL o rozmiarze czcionki takim jak oświadczenie, o którym mowa w pkt. a) powyżej, zamieszczonego w ramce o której mowa w pkt. a) powyżej bezpośrednio pod tekstem

oświadczenia, prowadzącego do pliku w formacie pdf z treścią decyzji z dnia 31 grudnia 2015 r. nr RWA-29/2015,

w terminie 14 (czternastu) dni od dnia uprawomocnienia się decyzji na koszt Vivus Finance Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie oraz utrzymywanie przedmiotowego oświadczenia wraz z plikiem decyzji na stronie internetowej przez okres 2 (dwóch) miesięcy.

2) publikację oświadczenia o treści: *„Vivus Finance Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie informuje, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniu 31 grudnia 2015 r. wydał decyzję nr RWA-29/2015 stwierdzającą stosowanie przez Vivus Finance Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez brak wskazania w reklamach pożyczki, w których pojawia się hasło, zgodnie z którym konsument otrzyma pieniądze w 15 minut, informacji, od jakiego momentu spółka liczy czas na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta oraz stwierdzającą zaniechanie stosowania praktyki z dniem 23 grudnia 2015 r. Jednocześnie Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nałożył na spółkę obowiązek publikacji niniejszego oświadczenia.”:*

a) w jednym wydaniu trzech dzienników ogólnopolskich ze średnim nakładem dziennym w wysokości co najmniej 100 000 egzemplarzy na 3 lub 5 stronie wydania w module poziomym obejmującym co najmniej 30% strony:

– w ramce czarną czcionką TIMES NEW ROMAN nie mniejszą niż 15 punktów (piętnaście) na białym tle,

– tekst powyższego oświadczenia wyjustowany z interlinią 1,5 wiersza,

– czcionką pogrubioną (bold) fragment: *„Vivus Finance Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie informuje, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniu 31 grudnia 2015 r. wydał decyzję nr RWA-29/2015 stwierdzającą stosowanie przez Vivus Finance Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów”*,

b) w wydaniach internetowych trzech dzienników ogólnopolskich wskazanych w pkt. II.2.a. sentencji niniejszej decyzji w sposób widoczny bezpośrednio po wejściu na główną stronę internetową dziennika:

- czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB - #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB - #ffffff),
- tekst oświadczenia wyjustowany,
- czcionką pogrubioną (bold) fragment: *„Vivus Finance Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie informuje, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniu 31 grudnia 2015 r. wydał decyzję nr RWA-29/2015 stwierdzającą stosowanie przez Vivus Finance Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów”*,
- w ramce o rozmiarze nie mniejszym niż 750 px x 300 px, tak aby wielkość czcionki była dostosowana do wielkości ramki, tj. ramka była w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie,
- oświadczenie ma być widoczne przez cały czas, gdy użytkownik jest na stronie (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),

w terminie 60 (sześćdziesięciu) dni od dnia uprawomocnienia się decyzji na koszt Vivus Finance Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie w sposób nieprzerwany przez 24 godziny licząc od momentu publikacji.

W ocenie Prezesa UOKiK wyżej określone środki są adekwatne do rodzaju naruszenia stwierdzonego niniejszą decyzją. W ocenie Prezesa UOKiK zasadne jest dotarcie do konsumentów z informacją o wydanej przez Prezesa Urzędu decyzji w niniejszej sprawie poprzez skorzystanie z instrumentu określonego w art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W obrocie występują bowiem skutki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Konsumentów będących kontrahentami Spółki, ale przede wszystkim konsumentów zainteresowanych ofertą pożyczkową Vivus Finance powinni być, w ocenie Prezesa Urzędu, poinformowani, że w wyniku stosowania przez Spółkę w jej działaniach marketingowych hasła dotyczącego przekazania pożyczki „w 15 minut” nie dysponowali pełną informacją na temat oferty Spółki w momencie, gdy dokonywali jej wyboru spośród ofert innych przedsiębiorców pożyczkowych. Obowiązki publikacyjne nałożone na Spółkę mają za zadanie przekazanie konsumentom informacji o naruszeniu i danie impulsu, przede wszystkim potencjalnym klientom Vivus Finance, do ponownego porównania ofert pożyczek dostępnych na rynku.

Ponieważ konsumenci nie są adresatami niniejszej decyzji oraz z uwagi na fakt, że nie mieli oni pełnych informacji o ofercie pożyczkowej Spółki, co mogło wpłynąć na ich decyzję dotyczącą umowy, informacja o praktyce, którą stosował Vivus Finance, powinna zostać wśród nich szeroko rozpowszechniona. Celem nałożenia na przedsiębiorcę obowiązków dodatkowych jest bowiem m.in. realizacja funkcji edukacyjnej oraz prewencyjnej wobec innych uczestników rynku. Nakładane przez Prezesa UOKiK na przedsiębiorcę obowiązki dodatkowe spełniają wobec konsumentów funkcję edukacyjną stanowiąc kolejny element edukacji konsumenckiej zmierzającej do kształtowania tzw. postawy konsumenta uważnego, ostrożnego i dobrze poinformowanego. Znajomość naruszeń sprawi, że w przyszłości konsumenci będą bardziej uważni i ostrożni przy dokonywaniu analizy praktyk stosowanych przez przedsiębiorców. Również inni przedsiębiorcy przez zapoznanie się z postacią zakazanej praktyki zostaną w pewnym sensie ostrzeżeni przed jej stosowaniem i konsekwencjami. Funkcja prewencyjna polega w tym przypadku na odstraszeniu od stosowania tego rodzaju praktyk i zapobieżeniu stosowaniu ich w przyszłości nie tylko przez naruszcyciela, lecz także przez innych przedsiębiorców. W przypadku zakwestionowanej przez Prezesa UOKiK praktyki ostatnia ze wskazanych funkcji ma szczególne znaczenie. Prezes Urzędu dostrzega bowiem, iż również inni kredytodawcy/pożyczkodawcy posługują się w swoich reklamach hasłami analogicznymi do zakwestionowanego niniejszym postępowaniem.

W niniejszej sprawie doszło do naruszenia fundamentalnego prawa konsumenta do uzyskania istotnych informacji niezbędnych do podjęcia decyzji dotyczącej umowy zawieranej z Vivus Finance, tj. informacji, od jakiego momentu Spółka liczy deklarowany czas 15 minut na dostarczenie pieniędzy na konto konsumenta. Należy pamiętać, że czynnikiem kompensującym konsumentowi jego słabszą pozycję rynkową jest prawo do bycia dobrze poinformowanym. Informacja stanowi bowiem główny czynnik determinujący podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej zawarcia umowy.

Wykonanie przez Spółkę dodatkowych obowiązków powinno umożliwić dotarcie informacji o praktyce, którą Vivus Finance stosował, do szerokiego kręgu konsumentów. Wynoszący 2 miesiące okres publikacji decyzji i ww. oświadczenia na stronie internetowej Spółki oraz nakaz publikacji tego oświadczenia w jednym papierowym wydaniu trzech dzienników ogólnopolskich i ich internetowych odpowiednikach powinny zapewnić osiągnięcie tego celu.

Mając na uwadze powyższe, orzeka się jak w pkt II sentencji niniejszej decyzji.

Ad III sentencji decyzji

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.

W myśl art. 77 ww. ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes UOKiK stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

Art. 263 § 1 k.p.a. stanowi, że do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych.

Stosownie do art. 264 § 1 k.p.a. jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustala w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Przedmiotowe postępowanie zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes UOKiK w pkt. I sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z wysyłką korespondencji, które wynoszą **40,80 zł** (słownie: czterdzieści złotych osiemdziesiąt groszy).

Mając powyższe uwadze orzeczono jak w punkcie III sentencji decyzji.

Pouczenia:

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 3 i art. 11 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945) w zw. z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 101) od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie, które wnosi się za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia.

Na postanowienie rozstrzygające o kosztach, zawarte w punkcie III sentencji niniejszej decyzji, na podstawie art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479(32) § 1 i § 2 k.p.c. oraz art. 264 § 2 k.p.a. w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, w przypadku zaskarżenia jedynie rozstrzygnięcia o kosztach.

Koszty niniejszego postępowania określone w pkt. III sentencji niniejszej decyzji Spółka obowiązana jest wpłacić w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji, na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie nr:

NBP O/O Warszawa 51101010100078782231000000.

Dyrektor Delegatury UOKiK w Warszawie

Dorota Grudzień-Barbachowska

/podpis/

Otrzymuje: