



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

DOZIK-6.610.1.2022.MO

Warszawa, dnia 27 grudnia 2023 r.

Wersja jawna

(tajemnice przedsiębiorstwa i inne informacje prawnie chronione oznaczono [xxx])

**DECYZJA nr DOZIK-17/2023**

I.

1. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za **praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działanie Telewizji Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie polegające na wprowadzaniu w błąd co do zasad i kosztów uczestnictwa w sylwestrowej edycji konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” w treści komunikatów słownych i graficznych kierowanych do konsumentów podczas audycji pt. „Sylwestrowa moc przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia” wyemitowanej na antenie Telewizji Polsat w dniu 31 grudnia 2021 r. przez sugerowanie w treści ww. komunikatów, że wysłanie przez konsumenta pojedynczego SMS-a umożliwi udział w grze o nagrodę główną, podczas gdy zdobycie ww. nagrody nie było możliwe tego dnia i wymagało wysłania większej liczby odpłatnych wiadomości SMS oraz podjęcia dodatkowych czynności przez konsumenta, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w związku z ust. 3 pkt 2 i 5 oraz art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845), oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

**i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 1 stycznia 2022 r.**

2. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za **praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działanie Telewizji Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie polegające na wprowadzaniu w błąd co do przebiegu konkursu oraz możliwych do zdobycia na poszczególnych etapach konkursu nagród w sylwestrowej edycji konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” w treści wiadomości SMS kierowanych do konsumentów w trakcie konkursu przez sugerowanie, że odpowiedź na otrzymywane 31 grudnia 2021 r. oraz 1 stycznia 2022 r. SMS-y skutkuje udziałem w finale gry o nagrodę główną bez dodatkowych czynności, w tym konieczności udzielenia odpowiedzi na SMS-a otrzymanego 5 stycznia 2022 r., podczas gdy odpowiedź na ww. wiadomości nie umożliwiała udziału w grze o nagrodę główną, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w związku z ust. 3 pkt 2 i 5

oraz art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845), oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

**i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 1 stycznia 2022 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. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Telewizję Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przez opublikowanie na koszt ww. Spółki w terminie 2 (dwóch) miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji oświadczenia w postaci komunikatu audiowizualnego (dalej: „komunikat w telewizji”) w stacji telewizyjnej POLSAT, Polsat 2 oraz Polsat News w ten sposób, że:

- a) publikacja ma mieć formę co najmniej dwudziestosekundowego filmu,
- b) komunikat w telewizji zostanie przeczytany przez lektora oraz wyświetlony na ekranie,
- c) w warstwie dźwiękowej komunikat w telewizji zawierać będzie tekst o treści wskazanej poniżej odczytany w sposób wyraźny przez lektora:

*„Telewizja Polsat informuje o wydaniu 27 grudnia 2023 r. przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzji dotyczącej niejasnych wobec konsumentów zasad sylwestrowego konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe”, który przeprowadzony został na antenie Telewizji Polsat 31 grudnia 2021 r.*

*Komunikaty wypowiedane i wyświetlane w trakcie audycji oraz treści wiadomości SMS kierowane do konsumentów w związku z konkursem sugerowały, że wystarczy wysyłka jednego płatnego SMS, żeby wygrać główną nagrodę. W rzeczywistości trzeba ich było wysłać więcej i odpowiedzieć na pytania konkursowe.*

*Szczegóły i treść decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów są dostępne na [www.polsat.pl](http://www.polsat.pl) oraz w bazie decyzji dostępnej pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)”.*

- d) w warstwie wizualnej komunikat w telewizji zawierać będzie informację (tekst będzie widoczny, czytelny, nieruchomy, umieszczony poziomo, na białym tle, napisany czarną czcionką o wielkości umożliwiającej swobodne zapoznanie się z tą informacją) o treści wskazanej w pkt II. c) powyżej.
- e) film będzie wyświetlany na każdej ze stacji 2 razy w ciągu dnia, przez 5 dni z rzędu,
- f) wyświetlenia filmów nastąpią w ramach bloku reklamowego emitowanego między godziną 18:30 a 20:30 oraz między godziną 21:30 a 22:30 (po 1 wyświetleniu w każdym bloku).

III.

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. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na:

1. Telewizję Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przez złożenie na głównej stronie internetowej Telewizji Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jednokrotnych oświadczeń o następującej treści:

*Telewizja Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie informuje o wydaniu 27 grudnia 2023 r. przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzji nr DOZIK-17/2023 dotyczącej niejasnych wobec konsumentów zasad konkursu Sylwestrowego. Szczegóły tutaj (dalej jako: „oświadczenie nr 1”)*

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

*Telewizja Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie informuje o wydaniu 27 grudnia 2023 r. przez Prezesa UOKiK decyzji nr DOZIK-17/2023, która dotyczyła stosowanych przez Telewizję Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.*

*Ww. praktyki związane były z sylwestrową edycją konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe”, który przeprowadzony został na antenie Telewizji Polsat 31 grudnia 2021 r.*

**Spółki wprowadzały konsumentów w błąd co do zasad i kosztów uczestnictwa w konkursie oraz co do przebiegu konkursu i możliwych do zdobycia na poszczególnych etapach konkursu nagród.**

- *W trakcie trwania audycji sylwestrowej prowadzący oraz belki wyświetlane na ekranie telewizorów sugerowały konsumentom, że jeśli wyślą oni pojedynczego SMS będą mogli wziąć udział w grze o nagrodę główną w konkursie w trakcie trwania audycji. W rzeczywistości trzeba było wysłać większą liczbę SMS-ów oraz odpowiedzieć na pytania konkursowe.*
- *Treści wiadomości SMS otrzymywane przez konsumentów w trakcie nocy sylwestrowej sugerowały, że odpowiedź na nie umożliwi udział w grze o nagrodę główną. W rzeczywistości możliwość zdobycia nagrody głównej uzależniona została od podjęcia dodatkowych czynności, w tym odpowiedzi na SMS-a otrzymanego 5 stycznia 2022 r.*

*Powyższe zachowania stanowią nieuczciwe praktyki rynkowe, o których mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z ust. 3 pkt 2 i 5 oraz art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845), oraz godzą w zbiorowe interesy konsumentów*

*Szczegółowe informacje dostępne są w decyzji Prezesa UOKiK nr DOZIK-17/2023 z 27 grudnia 2023 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [tutaj zostanie dodane hipertącze (link) odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)].*

Oświadczenia nr 1 i 2 Telewizja Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej także jako: „Telewizja Polsat”) złoży - w terminie 1 miesiąca - od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, na swój koszt, na głównej stronie internetowej Telewizji Polsat, mieszczącej się w dacie wydania decyzji pod adresem [www.polsat.pl](http://www.polsat.pl), w tym w wersji mobilnej.

Powyższe oświadczenia zostaną złożone w taki sposób, że:

- a) oświadczenie nr 1 zostanie zamieszczone w górnej części strony głównej serwisu Telewizji Polsat (na dzień wydania decyzji strona główna serwisu jest dostępna pod adresem [www.polsat.pl](http://www.polsat.pl)), bez możliwości zamknięcia informacji przez

użytkownika (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),

- b) oświadczenie nr 2 zostanie zamieszczone na podstronie serwisu Telewizji Polsat, do której odsyłać będzie oświadczenie nr 1, bez możliwości zamknięcia informacji przez użytkownika (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),
- c) tekst oświadczeń, o których mowa w pkt a) i b), będzie wyjustowany oraz wpisany czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB #ffffff) z zachowaniem pogrubienia tekstu (*bold*) we wskazanych miejscach,
- d) wielkość czcionki użyta w oświadczeniach powinna odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej w serwisie przedsiębiorcy,
- e) w przypadku zmiany adresu strony internetowej, oświadczenie nr 1 i 2, zostaną zamieszczone na każdej innej stronie internetowej zastępującej adres [www.polsat.pl](http://www.polsat.pl),
- f) w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja oświadczenia nr 1 i 2 zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem danego przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw przedsiębiorcy dawnej i nowej,
- g) oświadczenia nr 1 i 2 będą dostępne i utrzymywane przez okres co najmniej 1 miesiąca od dnia zamieszczenia przedmiotowej informacji, tj. w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu.

2. Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przez złożenie na głównej stronie internetowej Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie jednokrotnych oświadczeń o następującej treści:

*Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie informuje o wydaniu 27 grudnia 2023 r. przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzji nr DOZIK-17/2023 dotyczącej niejasnych wobec konsumentów zasad konkursu Sylwestrowego. Szczegóły tutaj (dalej jako: „oświadczenie nr 1”)*

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

*Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie informuje o wydaniu 27 grudnia 2023 r. przez Prezesa UOKiK decyzji nr DOZIK-17/2023, która dotyczyła stosowanych przez Telewizję Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.*

*Ww. praktyki związane były z sylwestrową edycją konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe”, który przeprowadzony został na antenie Telewizji Polsat 31 grudnia 2021 r.*

*Spółki wprowadzały konsumentów w błąd co do zasad i kosztów uczestnictwa w konkursie oraz co do przebiegu konkursu i możliwych do zdobycia na poszczególnych etapach konkursu nagród.*

- *W trakcie trwania audycji sylwestrowej prowadzący oraz belki wyświetlane na ekranie telewizorów sugerowały konsumentom, że jeśli wyślą oni pojedynczego SMS będą mogli wziąć udział w grze o nagrodę główną w konkursie w trakcie trwania audycji. W rzeczywistości trzeba było wysłać większą liczbę SMS-ów oraz odpowiedzieć na pytania konkursowe.*

- Treści wiadomości SMS otrzymywane przez konsumentów w trakcie nocy sylwestrowej sugerowały, że odpowiedź na nie umożliwi udział w grze o nagrodę główną. W rzeczywistości możliwość zdobycia nagrody głównej uzależniona została od podjęcia dodatkowych czynności, w tym odpowiedzi na SMS-a otrzymanego 5 stycznia 2022 r.

Powyższe zachowania stanowią nieuczciwe praktyki rynkowe, o których mowa w art. 5 ust. 1 w zw. z ust. 3 pkt 2 i 5 oraz art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845), oraz godzą w zbiorowe interesy konsumentów

Szczegółowe informacje dostępne są w decyzji Prezesa UOKiK nr DOZIK-17/2023 z 27 grudnia 2023 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [tutaj zostanie dodane hipertącze (link) odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)].

Oświadczenia nr 1 i 2 Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie (dalej także jako: „Teleaudio Dwa”) złoży - w terminie 1 miesiąca - od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, na swój koszt, na stronie internetowej, mieszczącej się w dacie wydania decyzji pod adresem [www.teleaudio.pl](http://www.teleaudio.pl), w tym w wersji mobilnej.

Powyższe oświadczenia zostaną złożone w taki sposób, że:

- a) oświadczenie nr 1 zostanie zamieszczone w górnej części strony głównej serwisu Teleaudio Dwa (na dzień wydania decyzji strona główna serwisu jest dostępna pod adresem [www.teleaudio.pl](http://www.teleaudio.pl)), bez możliwości zamknięcia informacji przez użytkownika (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),
- b) oświadczenie nr 2 zostanie zamieszczone na podstronie serwisu Teleaudio Dwa, do której odsyłać będzie oświadczenie nr 1, bez możliwości zamknięcia informacji przez użytkownika (oświadczenie nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),
- c) tekst oświadczeń, o których mowa w pkt a) i b), będzie wyjustowany oraz wpisany czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB #ffffff) z zachowaniem pogrubienia tekstu (*bold*) we wskazanych miejscach,
- d) wielkość czcionki użyta w oświadczeniach powinna odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej w serwisie przedsiębiorcy,
- e) w przypadku zmiany adresu strony internetowej, oświadczenie nr 1 i 2, zostaną zamieszczone na każdej innej stronie internetowej zastępującej adres [www.teleaudio.pl](http://www.teleaudio.pl),
- f) w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja oświadczenia nr 1 i 2 zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem danego przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw przedsiębiorcy dawnej i nowej,
- g) oświadczenia nr 1 i 2 będą dostępne i utrzymywane przez okres co najmniej 1 miesiąca od dnia zamieszczenia przedmiotowej informacji, tj. w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu.



#### IV.

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. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na:

1. Telewizję Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przez zamieszczenie komunikatu w serwisie Facebook o treści (dalej: „komunikat”):

*Konsumencie, w związku z decyzją Prezesa #UOKiK wydaną 27 grudnia 2023 r. nr DOZIK-17/2023 #TelewizjaPolsat informuje, że Telewizja Polsat oraz Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie stosowały praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. #decyzjaUOKiK*

*#Polsat oraz #Teleaudio Dwa otrzymały karę pieniężną za #nieuczciwe praktyki rynkowe.*

*Praktyki związane były z niejasnymi wobec konsumentów zasadami sylwestrowego konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe”, który przeprowadzony został na antenie Telewizji Polsat 31 grudnia 2021 r. #sylwester2021/2022 #konkurs sms*

**Komunikaty prowadzących, informacje wyświetlane na ekranie oraz wiadomości SMS kierowane do konsumentów w trakcie audycji wprowadzały w błąd co do zasad i kosztów uczestnictwa w konkursie, jego przebiegu oraz możliwych do zdobycia na poszczególnych etapach konkursu nagród.**

**#wprowadzeniewbłąd#nieuczciwepraktykirynkowe**

*Szczegółowe informacje na temat #nieuczciwychpraktyk dostępne są w decyzji Prezesa #UOKiK nr DOZIK-17/2023 z 27 grudnia 2023 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [tutaj zostanie dodane hipertącze (link) odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)].*

Komunikat Telewizja Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie opublikuje - w terminie 1 miesiąca - od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, na swój koszt, na publicznie dostępnym profilu Telewizji Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w serwisie Facebook (na dzień wydania decyzji serwis ten jest dostępny pod adresem [www.facebook.pl](http://www.facebook.pl)) w ten sposób, że:

- a) komunikat będzie dostępny i utrzymywany jako post na publicznie dostępnym profilu Telewizji Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przez okres 1 miesiąca od dnia zamieszczenia przedmiotowej informacji na ww. profilu,
- b) komunikat zostanie zamieszczony w serwisie Facebook w sposób umożliwiający stałe zapoznanie się użytkownika z jego treścią, tj. tak by tekst komunikatu został umieszczony w Aktualnościach jako najbardziej aktualna informacja wyświetlona przez użytkownika ww. serwisu (komunikat powinien zostać przypięty),
- c) komunikat zostanie zamieszczony tak by był dostępny dla wszystkich użytkowników serwisu Facebook, tj. by w ustawieniach prywatności miał status „publiczny”,
- d) wielkość i rodzaj czcionki powinna odpowiadać wielkości i rodzajowi czcionki zwyczajowo używanej w serwisie Facebook,
- e) w przypadku zmiany profilu w serwisie Facebook niniejszy obowiązek będzie odnosić się do profilu funkcjonującego w czasie zamieszczenia przedmiotowego

komunikatu w social mediach na wszystkich profilach pozostających pod kontrolą przedsiębiorcy,

- f) w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej.

2. Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przez zamieszczenie komunikatu w serwisie Facebook o treści (dalej: „komunikat”):

*Konsumencie, w związku z decyzją Prezesa #UOKiK wydaną 27 grudnia 2023 r. nr DOZIK-17/2023 #TeleaudioDwa informuje, że Telewizja Polsat oraz Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie stosowały praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. #decyzjaUOKiK*

*#Polsat oraz #Teleaudio Dwa otrzymały karę pieniężną za #nieuczciwe praktyki rynkowe.*

*Praktyki związane były z niejasnymi wobec konsumentów zasadami sylwestrowego konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe”, który przeprowadzony został na antenie Telewizji Polsat 31 grudnia 2021 r. #sylwester2021/2022 #konkurs sms*

**Komunikaty prowadzących, informacje wyświetlane na ekranie oraz wiadomości SMS kierowane do konsumentów w trakcie audycji wprowadzały w błąd co do zasad i kosztów uczestnictwa w konkursie, jego przebiegu oraz możliwych do zdobycia na poszczególnych etapach konkursu nagród.**

**#wprowadzeniewbłąd#nieuczciwepraktykirynkowe**

*Szczegółowe informacje na temat #nieuczciwychpraktyk dostępne są w decyzji Prezesa #UOKiK nr DOZIK-17/2023 z 27 grudnia 2023 r. opublikowanej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [tutaj zostanie dodane hipertącze (link) odsyłające do wersji jawnej decyzji w bazie decyzji dostępnej pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)].*

Komunikat Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie opublikuje - w terminie 1 miesiąca - od dnia uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, na swój koszt, na publicznie dostępnym profilu Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie w serwisie Facebook (na dzień wydania decyzji serwis ten jest dostępny pod adresem [www.facebook.pl](http://www.facebook.pl)) w ten sposób, że:

- a) komunikat będzie dostępny i utrzymywany jako post na publicznie dostępnym profilu Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą przez okres 1 miesiąca od dnia zamieszczenia przedmiotowej informacji na ww. profilu,
- b) komunikat zostanie zamieszczony w serwisie Facebook w sposób umożliwiający stałe zapoznanie się użytkownika z jego treścią, tj. tak by tekst komunikatu został umieszczony w Aktualnościach jako najbardziej aktualna informacja wyświetlona przez użytkownika ww. serwisu (komunikat powinien zostać przypięty),
- c) komunikat zostanie zamieszczony tak by był dostępny dla wszystkich użytkowników serwisu Facebook, tj. by w ustawieniach prywatności miał status „publiczny”,

- d) wielkość i rodzaj czcionki powinna odpowiadać wielkości i rodzajowi czcionki zwyczajowo używanej w serwisie Facebook,
- e) w przypadku zmiany profilu w serwisie Facebook niniejszy obowiązek będzie odnosić się do profilu funkcjonującego w czasie zamieszczenia przedmiotowego komunikatu w social mediach na wszystkich profilach pozostających pod kontrolą przedsiębiorcy,
- f) w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej.

## V.

Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.) **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na:**

1. Telewizję Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), w zakresie opisanym w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 5 961 870 zł (słownie: pięć milionów dziewięćset sześćdziesiąt jeden tysięcy osiemset siedemdziesiąt złotych), płatną do budżetu państwa,
2. Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), w zakresie opisanym w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 251 656 zł (słownie: dwieście pięćdziesiąt jeden tysięcy sześćset pięćdziesiąt sześć złotych), płatną do budżetu państwa.
3. Telewizję Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), w zakresie opisanym w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 3 596 048 zł (słownie: trzy miliony pięćset dziewięćdziesiąt sześć tysięcy czterdzieści osiem złotych), płatną do budżetu państwa.
4. Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), w zakresie opisanym w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 136 613 zł (słownie: sto trzydzieści sześć tysięcy sześćset trzynaście złotych), płatną do budżetu państwa.

## VI.

Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.) w zw. z art. 83 tej ustawy w zw. z art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2023 r. poz. 775) **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża:**



1. Telewizję Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie **kosztami postępowania** w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 56,00 zł (słownie: pięćdziesiąt sześć złotych) oraz zobowiązuje Telewizję Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji,
2. Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie **kosztami postępowania** w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 44,80 zł (słownie: czterdzieści cztery złote osiemdziesiąt groszy) oraz zobowiązuje Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji.

## UZASADNIENIE

### Uwagi wstępne

- (1) Postanowieniem z dnia 3 lutego 2022 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także jako: „Prezes Urzędu”) wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy w związku z wyemitowanym na antenie Telewizji Polsat z okazji „Sylwestra Szczęścia” w dniu 31 grudnia 2021 r. konkursem sylwestrowym doszło do naruszenia przepisów uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów lub naruszenia chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniającego podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach.

*Dowód: postanowienie Prezesa Urzędu z dnia 3 lutego 2022 r., k. 1.*

- (2) Postępowanie wszczęto w związku z działaniami prowadzonymi przez Prezesa Urzędu w obszarze usług premium (usług o podwyższonej opłacie w rozumieniu art. 64 ust. 1 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne, dalej również: „Pt”), w tym analizą sygnałów konsumentów opublikowanych w Internecie<sup>1</sup>. Przeprowadzone przez Prezesa Urzędu działania wskazały na możliwe nieprawidłowości związane z organizacją płatnych konkursów SMS przeprowadzanych podczas audycji telewizyjnych.
- (3) Na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego w dniu 12 października 2022 r. Prezes Urzędu postanowił o wszczęciu niniejszego postępowania w sprawie stosowania przez Telewizję Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej również: „Telewizja Polsat”) oraz Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie (dalej również: „Teleaudio Dwa”) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm., dalej jako: „uokik” lub „ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów”).
- (4) Postanowieniem z dnia 12 października 2022 r. Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów określone dokumenty i materiały zgromadzone w trakcie postępowania wyjaśniającego

<sup>1</sup> <https://www.nieznany-numer.pl/Numer/7370> (dostęp na dzień 12 października 2022 r.)

przeprowadzonego pod sygn. DOZIK-6.405.1.2022.MO, w tym treść audycji pt. „Sylwestrowa moc przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia”, treść wiadomości SMS otrzymywanych przez konsumentów w związku z przeprowadzonym konkursem oraz wymianę korespondencji pomiędzy Telewizją Polsat oraz Teleaudio Dwa w związku z organizacją konkursu. Tego samego dnia Prezes Urzędu włączył do materiału dowodowego w postępowaniu również regulamin konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe”, „Regulamin przyznawania Nagród Sylwestrowych oraz Nagród Niespodzianek w Edycji Sylwestrowej Konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” oraz wyjaśnienia Telewizji Polsat oraz Teleaudio Dwa (dalej łącznie jako: „Spółki”) złożone w toku postępowania wyjaśniającego.

*Dowód: postanowienie oraz zawiadomienie Prezesa Urzędu z dnia 12 października 2022 r. w przedmiocie wszczęcia postępowania w sprawie stosowania przez Spółki praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów; postanowienie Prezesa Urzędu z dnia 12 października 2022 r. o włączeniu materiału dowodowego, k. 680-694 (1).*

### **Stanowisko Spółek i propozycja zobowiązania**

- (5) Pismem z dnia 10 lutego 2023 r. Spółki zajęły stanowisko w sprawie. Spółki nie zgodziły się z zarzutami dotyczącymi wprowadzenia w błąd co do zasad i kosztów uczestnictwa w sylwestrowej edycji konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” w treści komunikatów słownych i graficznych kierowanych do konsumentów podczas audycji oraz co do przebiegu konkursu oraz możliwych do zdobycia na poszczególnych etapach konkursu nagród w treści wiadomości SMS kierowanych do konsumentów.
- (6) Pismem z dnia 10 lutego 2023 r. Spółki wniosły o wydanie decyzji zobowiązującej w trybie art. 28 uokik oraz przedstawiły propozycję zobowiązania.
- (7) Spółki wskazały na modyfikację praktyki w zakresie informowania o warunkach organizowanych konkursów [xxxxxxx] r. z wykorzystaniem usług o podwyższonej opłacie w rozumieniu art. 64 ust. 1 Pt i numerów specjalnych umożliwiających udział w takim konkursie (w tym treści regulaminów) m.in. przez:
  - przekazywanie konsumentom istotnych informacji dotyczących udziału w konkursie w regulaminie (m.in. liczbę wszystkich SMS-ów, które należy wysłać, aby móc wziąć udział w konkursie o nagrodę główną, kosztu pojedynczego SMS-a, jak również całkowitego kosztu, jaki należy ponieść, aby walczyć o nagrodę główną, termin, w jakim organizowany jest konkurs itp.),
  - określenie warunków organizowanych przez Spółki konkursów w jednym wzorcu umownym, tj. bez rozbijania regulaminów na główne i dodatkowe (okolicznościowe),
  - uproszczenie informacji o liczbie SMS-ów, które należy wysłać aby móc walczyć o nagrody w konkursie, koszcie pojedynczego SMS-a, jak również o całkowitym koszcie, jaki należy ponieść, aby walczyć o nagrodę główną w konkursie,
  - zamieszczenie regulaminów organizowanych konkursów na dedykowanej stronie internetowej oraz modyfikację sposobu prezentacji regulaminów w telegazecie poprzez rezygnację z prezentacji ww. wzorców na wielu planszach (stronach telegazety),





- (14) Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIV Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS: 0000545770. Spółka prowadzi działalność w zakresie m.in. telekomunikacji bezprzewodowej, z wyłączeniem telekomunikacji satelitarnej.
- (15) Prezes Urzędu ustalił również, iż współnikiem w Teleaudio Dwa oraz Telewizji Polsat jest Cyfrowy Polsat S.A. z siedzibą w Warszawie. Teleaudio Dwa, Cyfrowy Polsat S.A. z siedzibą w Warszawie oraz Telewizja Polsat należą do jednej Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A. (Grupa Polsat Plus), gdzie Cyfrowy Polsat S.A. jest jednostką dominującą.

*Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi aktualnemu z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego Telewizji Polsat oraz Teleaudio Dwa, stan na dzień 7 grudnia 2023 r., k. 1486-1492, 1496-1505, Rozszerzony skonsolidowany raport kwartalny za okres trzech miesięcy zakończony 31 marca 2023 roku Grupy Kapitałowej Cyfrowy Polsat S.A, k. 1274-1373- załącznik do pisma Telewizji Polsat z dnia 20 listopada 2023 r.*

**Sylwestrowa edycja konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe”**

- (16) Prezes Urzędu ustalił, że w terminie od 31 grudnia 2021 r. (od godziny 19:55) do 01 stycznia 2022 r. (do godz. 00:19) na antenie Telewizji Polsat wyemitowana została audycja pt. „Sylwestrowa moc przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia” (dalej również: „audycja”). Emisja audycji odbyła się za pośrednictwem kanałów telewizyjnych POLSAT, POLSAT 2, POLSAT NEWS oraz w Internecie (PolsatGo, PolsatBoxGo, Interia). Uczestnictwo w wydarzeniu i koncertach z okazji „Sylwestrowej mocy przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia” możliwe było również na Stadionie Śląskim w Chorzowie. Wstęp na ww. wydarzenie był bezpłatny.
- (17) Z informacji zamieszczonych w Internecie (wstępne wyniki oglądalności opracowane przez Telewizję Polsat na podstawie nieoficjalnych danych Nielsen Media) wynika, że wyniki oglądalności ww. audycji (kanały Polsat, Polsat News oraz Polsat 2) o północy wyniosły prawie 4 miliony widzów<sup>3</sup>.
- (18) Elementem audycji była m.in. przeprowadzona w ramach ww. wydarzenia sylwestrowa edycja konkursu SMS pt. „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” (dalej również jako: „konkurs sylwestrowy”).

*Dowód: pismo Telewizji Polsat z dnia 21 lutego 2022 r., k.11, pismo Teleaudio Dwa z dnia 25 lutego 2022 r., k. 56-57, pismo Telewizji Polsat z dnia 1 października 2023 r., k.896 verte, protokół z dnia 12 października 2022 r., k. 667-668.*

- (19) W oparciu o treść regulaminu konkursu SMS pt. „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” oraz „Regulaminu przyznawania Nagród Sylwestrowych oraz Nagród Niespodzianek w Edycji Sylwestrowej Konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” Prezes Urzędu ustalił, iż jako organizator ww. konkursu sylwestrowego

<sup>3</sup> <https://www.polsat.pl/news/2022-01-01/prawie-4-mln-widzow-przywitalo-nowy-rok-z-polsatem/> (dostęp na dzień: 12 października 2022 r.)





w Edycji Sylwestrowej Konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe”- załącznik do pisma Teleaudio Dwa z dnia 14 czerwca 2022 r., k.146-156, załącznik do pisma Telewizji Polsat z dnia 12 lipca 2022 r., k. 376-398.

### Zasady uczestnictwa w edycji sylwestrowej konkursu „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe”

- (25) Na podstawie informacji przekazanych przez Spółki Prezes Urzędu ustalił, iż warunki konkursu sylwestrowego określa regulamin konkursu SMS pt. „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” (dalej jako: „regulamin główny”). Warunki przyznawania nagród sylwestrowych oraz nagród niespodzianek w konkursie sylwestrowym określał uzupełniająco regulamin „Regulamin przyznawania Nagród Sylwestrowych oraz Nagród Niespodzianek w Edycji Sylwestrowej Konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” (dalej jako: „regulamin sylwestrowy”).
- (26) Ww. wzorce zamieszczone były na stronach Gazety TV Polsat dostępnej na telewizorach, na stronach internetowych teletekstu Telewizji Polsat (str. 469 oraz 474 Telegazety) oraz w siedzibie Teleaudio Dwa. Spis regulaminów umieszczony był na stronie 463 Telegazety. Do ww. spisu w trakcie audycji odsyłały tzw. animowane belki na dole ekranu („Reg.txt.str.463”) oraz niektóre z wiadomości SMS otrzymanych przez konsumentów w trakcie trwania konkursu sylwestrowego.
- (27) Prezes Urzędu ustalił, iż uczestnictwo w konkursie sylwestrowym możliwe było za pośrednictwem telefonu komórkowego dla abonentów w sieci komórkowej Orange Polska S.A., P4 Sp. z o.o., T-Mobile Polska S.A oraz Polkomtel Sp. z o.o.<sup>4</sup> Udział w ww. konkursie był odpłatny i wiązał się ze skorzystaniem przez konsumentów z usługi o podwyższonej opłacie w rozumieniu art. 64 ust. 1 Pt z wykorzystaniem numeru specjalnego 7370. W konsekwencji po wystaniu przez konsumenta płatnej wiadomości SMS pod numer 7370 dochodziło do naliczenia przez jego dostawcę publicznie dostępnej usługi telekomunikacyjnej (tj. wskazanych powyżej przedsiębiorców telekomunikacyjnych) opłaty w ramach umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Koszt wystania pojedynczego SMS pod numer 7370 wynosił każdorazowo 3,69 zł. Aby wziąć udział w grze o nagrody główne, należało wysłać 4 SMS-y i ponieść koszty w wysokości 14,76 zł (por. nb. 52 decyzji).

*Dowód: pismo Telewizji Polsat z dnia 21 lutego 2022 r., k.10-25, pismo Teleaudio Dwa z dnia 25 lutego 2022 r., regulamin konkursu SMS pt. „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe, Regulamin przyznawania Nagród Sylwestrowych oraz Nagród Niespodzianek w Edycji Sylwestrowej Konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe”- załącznik do pisma Teleaudio Dwa z dnia 14 czerwca 2022 r., k.146-156, załącznik do pisma Telewizji Polsat z dnia 12 lipca 2022 r., k. 376-398.*

### Regulaminy

- (28) Poniżej przedstawiono najważniejsze postanowienia dot. zasad uczestnictwa w konkursie sylwestrowym zamieszczone w regulaminach (pogrubienia własne):

<sup>4</sup> Podmioty świadczące usługi o podwyższonej opłacie w rozumieniu art. 64 ust. 1 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne, które udostępniają numery specjalne m.in. numer 7370 wykorzystywany do wysyłki wiadomości SMS w konkursie.

- (29) Zgodnie z § 1 pkt 3 regulaminu głównego Audycja określona została jako *różne audycje audiowizualne emitowane w programie Telewizji Polsat, zawierające informację słowno-graficzną na temat Konkursu. Uczestnik jako uczestnik konkursu, spełniający kryteria określone w § 2 Regulaminu.*
- (30) Zgodnie z § 2 pkt 1 regulaminu głównego *Uczestnikiem konkursu może być wyłącznie osoba, która poza innymi warunkami określonymi w Regulaminie, spełnia łącznie poniższe kryteria: a) jest osobą fizyczną i nie jest pracownikiem lub współpracownikiem Organizatora lub Telewizji Polsat lub członkiem rodzin tych osób, za która uważa się: wstępnych, zstępnych, rodzeństwa, małżonków, rodzeństwa małżonków i osoby pozostające w stosunku przysposobienia, a także osoby zamieszkałe pod tym adresem (...).* Zgodnie z § 1 pkt 3 regulaminu sylwestrowego uczestnik konkursu określony został jako uczestnik, który spełnia kryteria określone w regulaminie głównym.
- (31) Zgodnie z § 3 pkt 1 regulaminu głównego *Aby dokonać zgłoszenia do Konkursu należy w dniach od 25.06.2021 r. do 03.01.2022 r. (włącznie) przestać SMS pod numer 7320 lub 7370 o treści będącej prawidłową odpowiedzią na pytanie zadane w Audycji, zgodnie z informacją słowno-graficzną przekazaną w Audycji, podczas promocji Konkursu lub o innej treści podanej w Audycji w materiałach promocyjnych Konkursu i/lub zgodnie z instrukcjami podanymi przez Organizatora w Materiałach informacyjnych („Zgłoszenie”).*
- (32) Zgodnie z § 3 pkt 2 regulaminu głównego *Po dokonaniu Zgłoszenia Uczestnik otrzyma od Organizatora wiadomość SMS z pierwszym pytaniem („Pytanie nr 1”). Odpowiedzi na Pytanie nr 1 należy udzielić po jego otrzymaniu i zapoznaniu się z jego treścią. Odpowiedź na Pytanie nr 1 należy wysłać za pomocą SMS, zgodnie z instrukcją otrzymaną w wiadomości SMS, zawierającej Pytanie nr 1 (koszt SMS-a wskazany w § 1 ust.9).*
- (33) Zgodnie z § 3 pkt 3 regulaminu głównego *Uczestnik, który prześle poprawną odpowiedź na Pytanie nr 1, zgodnie z ustępem 2 powyżej, otrzyma od Organizatora wiadomość SMS z drugim pytaniem („Pytanie nr 2”). Odpowiedzi na Pytanie nr 2 należy udzielić po jego otrzymaniu i zapoznaniu się z jego treścią. Odpowiedź na pytanie nr 2 należy wysłać za pomocą SMS, zgodnie z instrukcją otrzymaną w wiadomości SMS, zawierającej Pytanie nr 2.*
- (34) Zgodnie z § 3 pkt 4 regulaminu głównego *Treść Pytania nr 1 oraz Pytania nr 2 może albo mieć charakter sondażowo/wiedzwowy, albo dotyczyć wyboru Nagrody głównej lub innych Nagród przewidzianych w Konkursie.*
- (35) Zgodnie z § 3 pkt 5 regulaminu głównego *Uczestnik, który prześle odpowiedź na Pytanie nr 1 oraz na Pytanie nr 2, w terminie do dnia 11 stycznia 2022 roku, otrzyma wiadomość SMS informującą o rozpoczęciu finału Konkursu wraz z zadaniem finałowym („Zadanie Finałowe”). Odpowiedź na Zadanie Finałowe należy wysłać za pomocą SMS, zgodnie z instrukcją otrzymaną w wiadomości SMS, zawierającą Zadanie Finałowe (koszt SMS-a wskazany w § 1 ust. 9 Regulaminu).*
- (36) Zgodnie z § 3 pkt 6 regulaminu głównego *Podczas trwania Konkursu w wybranych Audycjach, w informacji słowno-graficznej i/lub w Materiałach informacyjnych, prezentowane będą Nagrody dodatkowe, o których mowa w § 4 ust. 6 Regulaminu.*

- (37) Zgodnie z § 3 pkt 7 regulaminu głównego Uczestnik, który dokona **Zgłoszenia** zgodnie z informacją słowno-graficzną przekazaną w wybranych Audycjach lub Materiałach informacyjnych, zawierająca prezentacje Nagród dodatkowych oraz który prześle odpowiedź na Pytanie nr 1 oraz na Pytanie nr 2, otrzyma **Zadanie Dodatkowe** („Zadanie Dodatkowe”) albo zostanie poinformowany o terminie wysłania Zadania Dodatkowego na 1 (jeden) dzień przed datą wysłania Zadania Dodatkowego.
- (38) Zgodnie z § 3 pkt 8 regulaminu głównego Zwycięzcy **Nagród dodatkowych** zostaną wyłonieni **spośród Uczestników, którzy dokonali Zgłoszenia** zgodnie z informacją słowno-graficzną przekazaną w wybranych Audycjach lub Materiałach informacyjnych, zawierającą prezentację Nagród dodatkowych oraz **odpowiedzieli na Zadanie Dodatkowe**.
- (39) Prezes Urzędu w oparciu o informacje zamieszczone w regulaminie głównym oraz sylwestrowym ustalił, że do rozstrzygnięcia wyników konkursu wyznaczona została komisja konkursowa, która była odpowiedzialna za wybór zwycięskich odpowiedzi na „zadanie finałowe” w grze o nagrodę główną oraz „zadania dodatkowe” w grze o nagrody dodatkowe (nagrody sylwestrowe oraz niespodzianki) (§3 pkt 9 i 10 regulaminu głównego).
- (40) Zgodnie z § 2 pkt 1 regulaminu sylwestrowego Zwycięzcy **Nagród Sylwestrowych** oraz **Nagród Niespodzianek** zostaną wyłonieni **spośród Uczestników, którzy wysłali SMS-a o treści „SYLWESTER” na numer 7370** oraz odpowiedzieli na **Zadanie Dodatkowe** zgodnie z Regulaminem Głównym, w terminie od dnia 31.12.2021 od godziny 19:45:00 do dnia 01.01.2022 do godziny 23:59:59, zgodnie z informacją słowno-graficzną przekazaną w Audycji lub Materiałach Informacyjnych, prezentujących Nagrody Sylwestrowe. Zakwalifikowanie Uczestnika do konkretnego Etapu wskazanego w ust. 2 poniżej będzie odbywało się w oparciu o godzinę wysłania SMS-a z odpowiedzią na Zadanie Dodatkowe.
- (41) Zgodnie z § 4 pkt 1 regulaminu głównego W konkursie przewidziana jest jedna nagroda główna, w zależności od wyboru dokonanej przez Zwycięzcę nagrody głównej (...).
- (42) Zgodnie z § 2 pkt 8 regulaminu głównego konkursu Uczestnik Konkursu przed przystąpieniem do Konkursu zobowiązany jest upewnić się, że ma odblokowane u swojego operatora GSM usługi premium oraz że w trakcie Konkursu będzie mógł wysłać przynajmniej 4 SMS-y Premium pod numer 7320, 7370.

*Dowód: regulamin konkursu SMS pt. „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe, Regulamin przyznawania Nagród Sylwestrowych oraz Nagród Niespodzianek w Edycji Sylwestrowej Konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe”- załącznik do pisma Teleaudio Dwa z dnia 14 czerwca 2022 r., k.146-156, załącznik do pisma Telewizji Polsat z dnia 12 lipca 2022 r., k. 376-398.*

### **Przebieg konkursu i nagrody**

- (43) W oparciu o informacje przekazane przez przedsiębiorców w toku prowadzonego postępowania oraz treść regulaminu sylwestrowego Prezes Urzędu ustalił, że zgłoszenie udziału w konkursie sylwestrowym następowało poprzez wysłanie wiadomości SMS o treści „Sylwester” pod numer 7370 (koszt 3,69 zł) (§ 1 pkt 6 ww. regulaminu). Zgłoszenie udziału w konkursie z wykorzystaniem ww. wiadomości SMS zgodnie z treścią wzorców umownych

było równoznaczne ze złożeniem oświadczenia o zapoznaniu się z treścią regulaminu i akceptacją warunków uczestnictwa w konkursie.

- (44) W konkursie sylwestrowym przewidziano nagrody sylwestrowe, nagrody niespodzianki oraz nagrodę główną. Zgodnie z przekazanymi przez Spółki informacjami nagroda główna przyznawana była zgodnie z regulaminem głównym, zaś nagrody sylwestrowe i nagrody niespodzianki w oparciu o regulamin sylwestrowy.
- (45) Ww. konkurs podzielony został na 48 etapów (tzw. finałów gry o nagrody sylwestrowe) oraz finał gry o nagrodę główną. Warunkiem gry o nagrodę główną była wysyłka 4 SMS-ów. W każdym z 48 etapów, w zależności od godziny wysłania przez konsumenta wiadomości SMS dotyczącej odpowiedzi na zadanie dodatkowe tj. hasła na zabawę sylwestrową (tzw. „finał gry o nagrodę sylwestrową”), do wygrania była nagroda sylwestrowa (oraz nagrody niespodzianki przyznawane dla 7 zwycięzców etapów 1-14 konkursu). W konkursie po spełnieniu określonych warunków do wygrania była również nagroda główna, której zdobycie w tzw. „finale gry o nagrodę główną” uzależnione zostało od uprzedniego wysłania przez konsumenta wiadomości SMS dotyczącej odpowiedzi na zadanie finałowe, tj. hasła na słowo roku 2021 w dniu 5 stycznia 2022 r. Informacje o nagrodach prezentowane były w formie komunikatów słownych (wygłaszanych przez prowadzących audycję) i graficznych (widocznych na banerach) w trakcie trwania audycji.
- (46) Finałowa gra o nagrodę sylwestrową (w tym nagrody niespodzianki na 1-14 etapie) polegała na wysłaniu przez konsumenta SMS-a (koszt 3,69 zł) z hasłem na zabawę sylwestrową („oryginalne i dowcipne hasło na zabawę sylwestrową”). Finałowa gra o nagrodę główną polegała na wysłaniu przez konsumenta SMS-a (koszt 3,69 zł) z hasłem na „słowo roku” („oryginalne i dowcipne hasło na słowo roku 2021”). Rozstrzygnięcie finałów polegało na ocenie i wyborze odpowiedzi przekazywanej przez konsumentów w treści wiadomości SMS (tj. hasło na zabawę sylwestrową oraz hasło na słowo roku) przez komisję konkursową. Kryterium wyłonienia zwyciężskich odpowiedzi była pomysłowość, oryginalność i dowcipność.
- (47) Zgodnie z przekazanymi przez przedsiębiorców informacjami przedstawiciel Teleaudio Dwa lub Telewizji Polsat po wyłonieniu zwyciężskich odpowiedzi miał kontaktować się telefonicznie ze zwycięzcami konkursu. Prezes Urzędu ustali, iż w trakcie transmisji audycji na antenie Telewizji Polsat prowadzący kontaktowali się również telefonicznie z wybranymi zwycięzcami w finale gry o nagrody sylwestrowe (w tym nagrody niespodzianki). Spółki w toku prowadzonego postępowania przekazały również listę zwycięzców tj. dane konsumentów, którym przyznane zostały nagrody w konkursie.

*Dowód: pismo Telewizji Polsat z dnia 21 lutego 2022 r., k.10-25, pismo Teleaudio Dwa z dnia 25 lutego 2022 r., k.56-68, pismo Telewizji Polsat z dnia 28 czerwca 2022 r., k. 174-182; k. 224-225, załącznik nr 3 (nagranie całej audycji) do pisma Telewizji Polsat z 28 czerwca 2022 r., k. 216, pismo Teleaudio Dwa z dnia 27 czerwca 2022 r., k.288-299; k. 317, regulamin konkursu SMS pt. „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe, Regulamin przyznawania Nagród Sylwestrowych oraz Nagród Niespodzianek w Edycji Sylwestrowej Konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” - załącznik do pisma Teleaudio Dwa z dnia 14 czerwca 2022 r., k.146-156, załącznik do pisma Telewizji Polsat z dnia 12 lipca 2022 r., k. 376-398.*



(48) Poniżej przedstawiono tabelę dotyczącą nagród oferowanych w konkursie:

RODZAJ NAGRODY	NAZWA NAGRODY	ETAP KONKURSU	ZADANIE DODATKOWE
Nagroda sylwestrowa (nagroda dodatkowa)	48 nagród: 24 nagrody sylwestrowe pieniężne w wysokości 1 000 zł 24 nagrody sylwestrowe rzeczowe w postaci Smartfonów OPPO MODEL Reno 6 o wartości 2 499 zł każdy	<p>Finał gry o nagrody sylwestrowe (1-48 etap)</p> <p>Finałowa gra o nagrody sylwestrowe polegała na wystaniu przez konsumenta SMS z hasłem na hasło sylwestrowe w dniach 31.12.2021 r. - 1.01.2022 r. Za wybór zwycięskiego hasła odpowiadała komisja.</p> <p>Zakwalifikowanie konsumenta do konkretnego etapu finału odbywa się w oparciu o godzinę wystania SMS z hasłem sylwestrowym w terminie od 31.12.2021 r. od godz. 19:45:00 do 01.02.2022 r. do godz. 23:59:59.</p> <p><b>Aby dojść do tego etapu trzeba było wysłać wcześniej 3 wiadomości SMS.</b></p>	Hasło na zabawę sylwestrową
Nagroda niespodzianka (nagroda dodatkowa)	<ol style="list-style-type: none"> <li>3000 zł brutto oraz zestaw zdrapek sylwestrowych LOTTO o wartości 1000 zł</li> <li>Smartfon OPPO MODEL Reno 6 o wartości 2 499 zł</li> <li>4000 zł</li> <li>2000 zł</li> <li>3000 zł</li> <li>3000 zł</li> <li>Smartfon OPPO MODEL Reno 6 o wartości 2 499 zł oraz zestaw zdrapek sylwestrowych LOTTO o wartości 1000 zł</li> </ol>	<p>Finał gry o nagrody sylwestrowe (1-14 etap)</p> <p>Spośród zwycięzców odpowiedzi na zadanie dodatkowe (tj. hasło na zabawę sylwestrową) w finale gry o nagrody sylwestrowe na etapie 1-14 konkursu, komisja konkursowa wyłaniała dodatkowo 7 zwycięskich odpowiedzi.</p> <p><b>Możliwość zdobycia nagrody uzależniona została od poprzedniego wystania 3 wiadomości SMS.</b></p>	Hasło na zabawę sylwestrową
Nagroda główna	100 000 zł lub samochód	<p>Finał gry o nagrodę główną - 5.01.2022 r.</p> <p>Finałowa gra o nagrodę główną polegała na wystaniu przez konsumenta SMS z hasłem na słowo roku w dniu 5.01.2022 r. Za wybór zwycięskiego hasła odpowiadała komisja.</p> <p><b>Aby dojść do tego etapu trzeba było wysłać wcześniej 3 wiadomości SMS w dniach 31.12.2021 r. - 1.01.2022 r.</b></p>	Hasło na słowo roku

- (49) Prezes Urzędu ustalił, iż wysłanie pojedynczego SMS na numer 7370 nie umożliwiała udziału w grze o nagrodę główną (jak również o nagrody sylwestrowe i niespodzianki) przewidziane w konkursie. Ww. SMS miał charakter zgłoszeniowy do udziału w konkursie. Wysłanie ww. SMS-a warunkowało otrzymanie dalszych wiadomości SMS w konkursie.
- (50) Na podstawie wyjaśnień Spółek oraz treści regulaminów Prezes Urzędu ustalił, iż po wysłaniu przez konsumenta wiadomości otrzymywał on kolejno dwie wiadomości SMS z pytaniami dot. wyboru nagrody głównej oraz kodu pocztowego (tzw. „pytania wiedzowo/sondazowe”). Wysłanie przez konsumenta powyższych (3) wiadomości SMS (koszt 3,69 zł każda) **warunkowało możliwość wzięcia udziału** w „finale gry o nagrody sylwestrowe” (w tym nagrody niespodzianki) oraz w „finale gry o nagrodę główną”.
- (51) Udział w finale gry o nagrody sylwestrowe oferowane w konkursie (w tym nagrody niespodzianki) umożliwiała wysłanie przez konsumenta 4 wiadomości SMS pod numer 7370 (3,69 zł każda), tj. SMS-a o treści „Sylwester”, dwóch SMS-ów zawierających odpowiedzi na pytania (tj. wybór nagrody głównej i kod pocztowy) oraz SMS-a z hasłem na „zabawę sylwestrową”.
- (52) Udział w finale gry o nagrodę główną oferowaną w konkursie umożliwiała wysłanie przez konsumenta 4 wiadomości SMS pod numer 7370 (3,69 zł każda), tj. SMS-a o treści „Sylwester”, dwóch SMS-ów zawierających odpowiedzi na pytania (tj. wybór nagrody głównej i kod pocztowy) oraz SMS-a z hasłem na „słowo roku”.
- (53) Brak wysłania przez konsumenta SMS-a z hasłem na „zabawę sylwestrową” **nie wykluczał** z udziału w finale gry o nagrodę główną (po spełnieniu przez konsumenta ww. warunków, tj. wysłaniu 4 wiadomości SMS).
- (54) Uczestnicy konkursu, którzy wysłali SMS-a o treści „Sylwester” oraz dwa SMS-y zawierające odpowiedzi na pytania (tj. wybór nagrody głównej i kod pocztowy), w dniu 4 stycznia 2022 r. otrzymywali wiadomość SMS informującą o zakwalifikowaniu do finału gry o nagrodę główną wraz informacją, że finał konkursu odbędzie się w dniu 5 stycznia 2022 r. W ww. dniu uczestnicy otrzymali wiadomości SMS dotyczące zadania finałowego, tj. hasła na „słowo roku 2021”. SMS-a wraz z hasłem pod numer 7370 (3,69 zł) należało odesłać w dniu 5 stycznia 2022 r. do godz. 23.00.

*Dowód: pismo Telewizji Polsat z dnia 21 lutego 2022 r., k.10-25, pismo Teleaudio Dwa z dnia 25 lutego 2022 r., k.56-68, regulamin konkursu SMS pt. „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe, Regulamin przyznawania Nagród Sylwestrowych oraz Nagród Niespodzianek w Edycji Sylwestrowej Konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” - załącznik do pisma Teleaudio Dwa z dnia 14 czerwca 2022 r., k.146-156, załącznik do pisma Telewizji Polsat z dnia 12 lipca 2022 r., k. 376-398.*

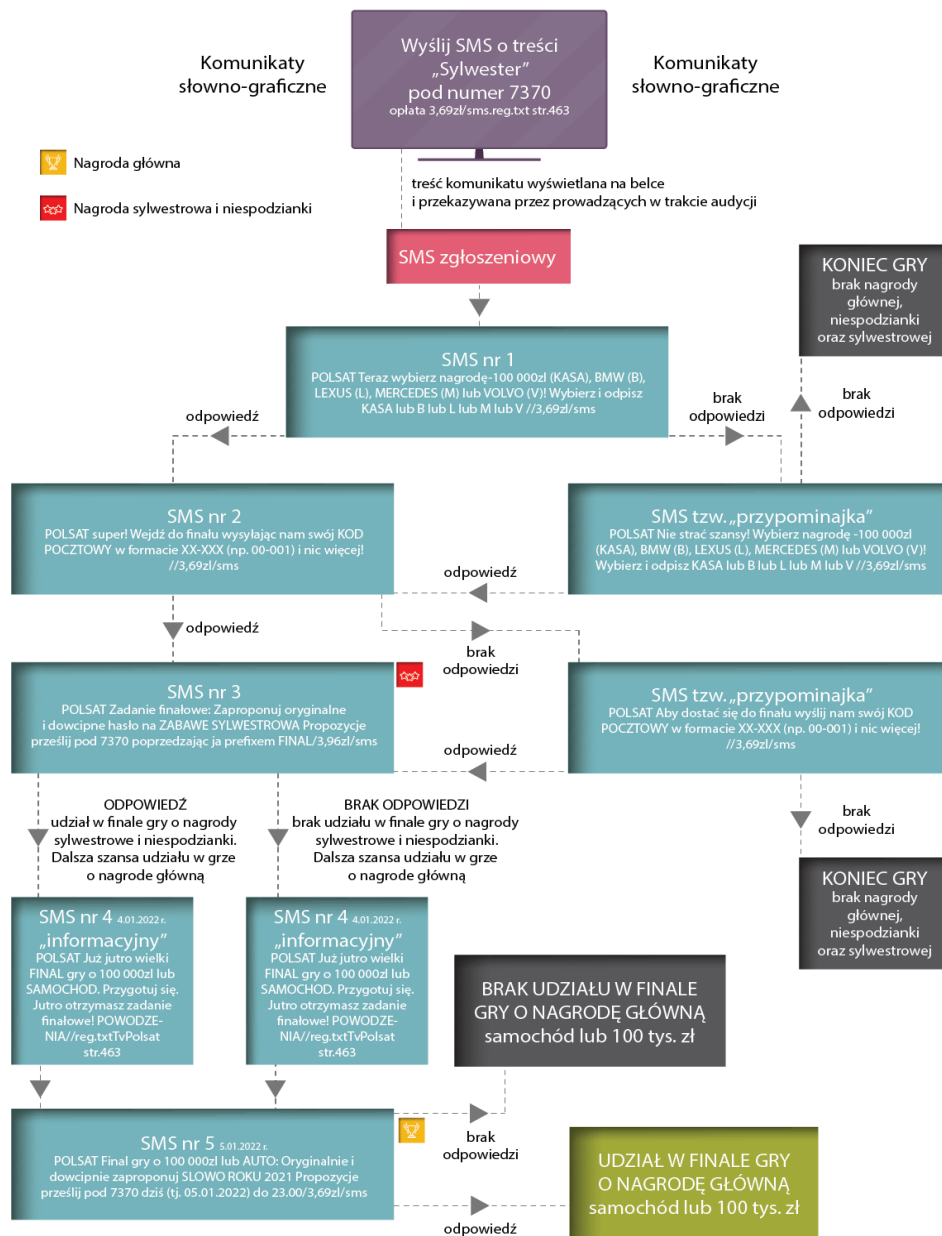
#### **Treść komunikatów SMS otrzymywanych przez konsumentów w związku z konkursem sylwestrowym**

- (55) Poniżej przedstawiono treść komunikatów SMS otrzymywanych przez konsumentów w związku z konkursem sylwestrowym (pisownia oryginalna, podkreślenia własne):



## Schemat (opracowanie własne UOKiK)

- (57) Poniżej przedstawiono schemat (opracowanie własne UOKiK) dotyczący sposobu organizacji konkursu z wykorzystaniem wiadomości SMS i skutki udzielenia odpowiedzi (lub jej braku) dla konsumentów:



## Scenariusz audycji pt. „Sylwestrowa moc przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia”

- (58) Poniżej przedstawiono planowany sposób prezentacji informacji o konkursie sylwestrowym przez prowadzących konkurs, tj. zapowiedź konkursu oraz przykładowe zwroty, którymi powinni posługiwać się prowadzący w trakcie trwania audycji, w tym w czasie wykonywania połączeń do uczestników konkursu na antenie Telewizji Polsat (pogrubienia własne). Telewizja Polsat poinformowała, iż w związku z faktem, że audycja emitowana była na żywo teksty zawarte w scenariuszu mogą się nieznacznie różnić od słów wypowiedzianych przez prowadzących.





komunikatów słownych i graficznych, tj. przedstawiane przez prowadzących audycję oraz zamieszczane na tzw. animowanych belkach na dole ekranu.

- (61) Poniżej przedstawiono sposób prezentacji informacji o konkursie sylwestrowym przez prowadzących konkurs, tj. zapowiedź konkursu (A) oraz przykładowe zwroty, którymi posługiwali się prowadzący w trakcie trwania audycji, w tym w czasie wykonywania połączeń do uczestników konkursu (B) na antenie Telewizji Polsat (pogrubienia własne).

A. Krzysztof Ibisz: „(...) **A kto dziś będzie górą? Ktoś z Was. Dzisiaj gracie o jeden z tych czterech eleganckich samochodów. Volvo, BMW, Mercedes albo Lexus albo 100 000 zł w gotówce! Niezła opcja, co?**” (min. 20:21:02-20:21:14 audycji, załącznik nr 4 do pisma Telewizji Polsat z dnia 21 lutego 2022 r.)

Paulina Sykut-Jeżyna: „**A dokładnie co 5 minut możecie zdobyć taki oto smartfon OPPO Reno 6 z 5G w sieci Plus lub tysiąc złotych w gotówce! Dzisiaj wieczorem dzwonimy wyłącznie do zwycięzców więc dajcie sobie szansę - wysyłajcie sms o treści SYLWESTER pod 7370**” (min. 20:21:16-20:21:34 audycji, załącznik nr 4 do pisma Telewizji Polsat z dnia 21 lutego 2022 r.)

- (62) W trakcie przekazywania ww. informacji (w tym w trakcie trwania audycji i wykonywania połączeń do konsumentów) prezenterzy znajdowali się na tle 4 samochodów, a na tzw. animacyjnej belce pojawiał się komunikat „Wyslij SMS o treści SYLWESTER pod numer 7370. Opłata 3,69 zł/sms, Reg.txt str.463” (min. 20:21:12 audycji, załącznik nr 4 do pisma Telewizji Polsat z dnia 21 lutego 2022 r.).

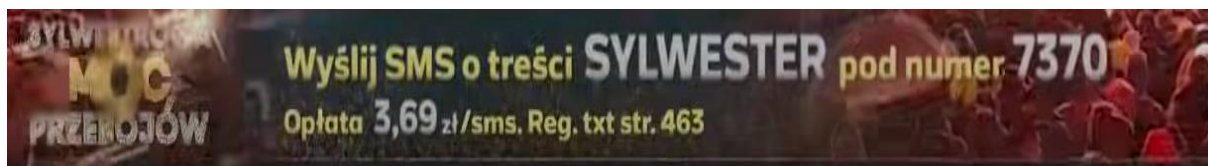
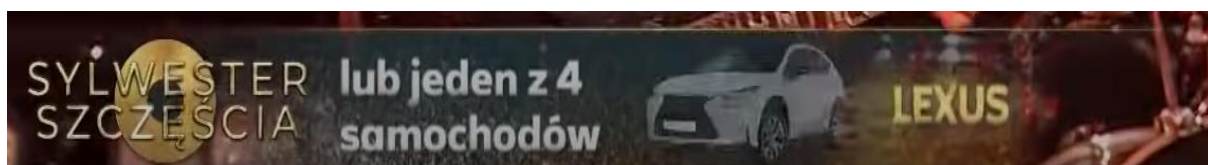
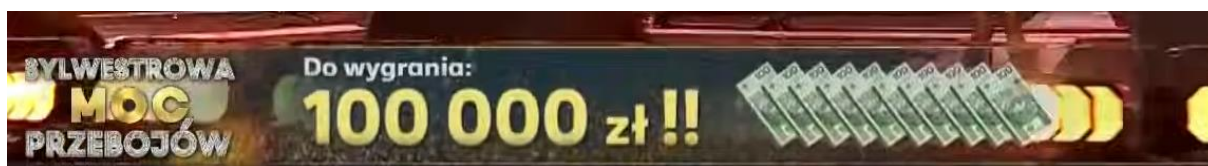


[zrzut ekranu z audycji przedstawiający zapowiedź konkursu sylwestrowego, załącznik nr 4 do pisma Telewizji Polsat z dnia 21 lutego 2022 r.]

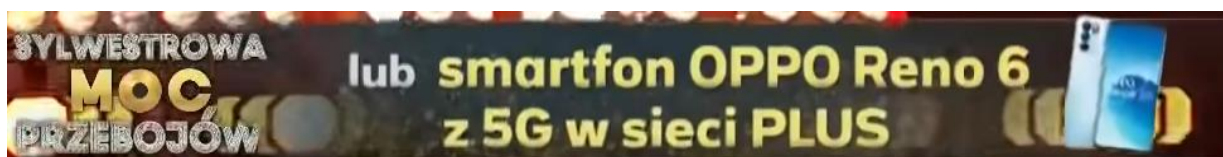
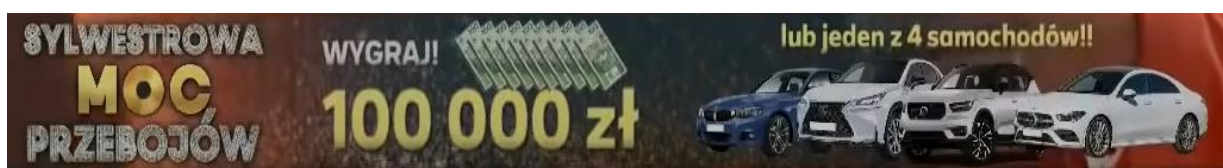
B. Prezes Urzędu ustalił, iż podczas audycji prowadzący informując o konkursie sylwestrowym posługiwali się zwrotami: „(...) **co mi Panie dasz? Czy gotówkę czy samochód? Halo, halo (...)**” (min. 21:31:26 audycji), „(...) **nadal możecie grać i możecie wygrać jeden z tych czterech luksusowych samochodów, co mamy do wyboru bardzo proszę (...)**” (min. 21:32:12 audycji), „(...) **wystarczy, że wyślecie SMS o treści SYLWESTER pod numer 7370 (...)**” (min. 21:32:35 audycji), „(...) **Ale masz szansę na wygranie jednego z czterech samochodów volvo, bmw, mercedes a także lexus albo 100 000 zł w gotówce (...)**” (min. 22:21:30 audycji), „(...) **Kochani! cały czas gracie**”

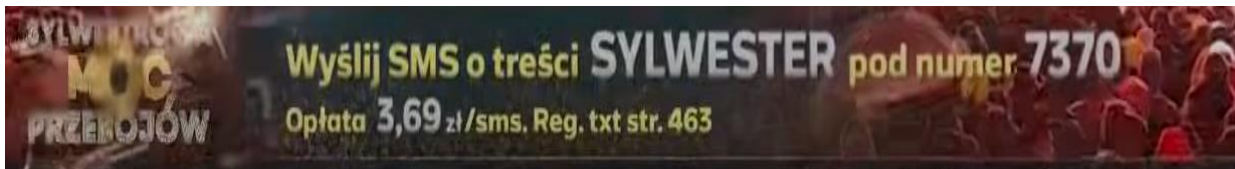
*o samochody! Jeden z tych czterech albo Volvo albo BMW albo Mercedes albo Lexus albo do wyboru 100 000 zł! I co jeszcze? To nie wszystko! Otóż co 5 minut jest u nas do wygrania taki oto telefon OPPO Reno 6 z 5G w sieci Plus albo tysiąc złotych! (...) ale jeszcze pamiętajcie, że SYLWESTER POD 7370! (..)" (min. 20:53:43 audycji), „Tak się zastanawiam, czy coś może dać nam więcej szczęścia niż nowy samochód? Ja nie wiem czy coś może? No mi się wydaje, że cztery nowe luksusowe samochody! Nie wpadłem na to. Do wyboru mamy VOLVO, BMW, Mercedesa, Lexusa albo jak ktoś lubi cash to 100 000 zł jest do wygrania (...) ale oprócz tego co pięć minut możecie wygrać taki oto smartfon (..) Wystarczy, że wyślecie SMS o treści SYLWESTER pod numer 7370 (..)" (min. 23:36:20 audycji)*

- (63) Poniżej przedstawione zostały zrzuty ekranu przedstawiające sposób prezentacji informacji o konkursie sylwestrowym na tzw. animowanych belkach na dole ekranu:



*[Zrzuty ekranu przedstawiają belki prezentowane na początku wykonania utworu podczas koncertu, min. 21:33:04-21:33:23 audycji, załącznik nr 4 do pisma Telewizji Polsat z dnia 21 lutego 2022 r.]*





[Zrzuty ekranu przedstawiają belki prezentowane na koniec wykonania utworu podczas koncertu, min. 21:35:08-21:35:30 audycji, załącznik nr 4 do pisma Telewizji Polsat z dnia 21 lutego 2022 r.]

Dowód: pismo Telewizji Polsat z dnia 21 lutego 2022 r., k.20, załącznik nr 4 do pisma Telewizji Polsat z dnia 21 lutego 2022 r. k. 54, załącznik nr 3 (nagranie całej audycji) do pisma Telewizji Polsat z 28 czerwca 2022 r., k. 216.

#### Dane liczbowe oraz przychód osiągnięty przez Spółki w związku z emisją konkursu

- (64) Prezes Urzędu na podstawie informacji przekazanych przez Spółki w toku prowadzonego postępowania ustalił, iż łączna liczba konsumentów, którzy dokonali zgłoszenia udziału w konkursie przez wysłanie wiadomości SMS o treści „Sylwester” pod numer 7370, wyniosła [xxxxxxx] osób. Spośród ww. uczestników (tj. [xxxxxxx]) liczba konsumentów, którzy wysłali SMS zawierającego odpowiedź na pytanie o wybór nagrody głównej to [xxxxxxx] osób. Liczba konsumentów, którzy wysłali SMS zawierającego odpowiedź na pytanie o kod pocztowy to [xxxxxxxxxx] osób. Liczba konsumentów, którzy wysłali SMS zawierającego hasło sylwestrowe to [xxxxxxxxxx] osób. Liczba konsumentów, którzy wysłali SMS zawierającego hasło na słowo roku to [xxxxxxxxxxxxxx] osób<sup>8</sup>. Spółki poinformowały, iż spośród ww. konsumentów część z uczestników wysłała po kilka wiadomości SMS na poszczególnych etapach konkursu (np. z hasłem „Sylwester”, z kodem pocztowym itp.). Ww. uczestnicy wysłali łącznie [xxxxxxxxxxxxxx] wiadomości SMS w konkursie.
- (65) Liczba konsumentów, którzy uprawnieni byli do uczestnictwa w finale gry o nagrodę główną (wysłali SMS-a o treści „Sylwester”, dwa SMS-y zawierające odpowiedzi na pytania, tj. wybór nagrody głównej i kod pocztowy) to [xxxxxx] osób. Końcowa liczba konsumentów, którzy brali udział w finale gry o nagrodę główną (wysłali SMS-a o treści „Sylwester”, dwa SMS-y zawierające odpowiedzi na pytania, tj. wybór nagrody głównej i kod pocztowy oraz SMS-a z hasłem na „słowo roku” to [xxxxxxxxxx] osób.
- (66) Prezes Urzędu ustalił, iż do Spółek w związku z sylwestrową edycją konkursu przeprowadzonego w ramach audycji pt. „Sylwestrowa moc przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia” wpłynęły [xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx] (zgłoszenia). Ww. zgłoszenia dotyczyły udzielenia odpowiedzi dotyczących przebiegu konkursu (zasad i sposobu wyboru laureatów konkursu oraz jego rozstrzygnięcia). W jednej ze skarg konsument wskazał (pisownia oryginalna):

(...) W sylwestrowy wieczór z Polsatem, Państwa prowadzący, m.in. Krzysztof Ibisz wielokrotnie zachęcali do udziału w głosowaniu smsowym. Podobne informacje wyświetlane były na pasku. Przekaz był jasny i oczywisty wyslij smsa i weź udział w losowaniu jednego

<sup>8</sup> Każdy uczestnik mógł wysłać więcej niż jedną wiadomość danego rodzaju. Podane liczby nie dotyczą liczby wysłanych wiadomości.





przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli te praktyki wywołują lub mogą wywoływać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

- (71) W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, ponieważ wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy mogli być narażeni na negatywne skutki praktyk stosowanych przez Spółki. Działania Spółki nie dotyczą zatem interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów, którzy zainteresowani byli śledzeniem audycji podczas nocy sylwestrowej. Należy mieć przy tym na uwadze, iż audycja pt. „Sylwestrowa moc przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia” była kierowana do maksymalnie szerokiego kręgu konsumentów, którzy zainteresowani byli śledzeniem ww. wydarzenia w noc sylwestrową (na żywo, w programach Telewizji Polsat oraz w Internecie). Takie wydarzenia oraz ich audycje cieszą się dużym zainteresowaniem, w szczególności na popularnych stacjach telewizyjnych (takich jak kanały Telewizji Polsat).
- (72) Powyższe warunkuje konieczność ochrony przez Prezesa Urzędu praw uczestników rynku i zapewnienia, aby konkursy przeprowadzane w ramach takich wydarzeń i koncertów organizowane były na przejrzystych i transparentnych zasadach.
- (73) W przedmiotowym stanie faktycznym działania Spółki wywołują skutki wobec konsumentów zamieszkałych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, dlatego zastosowanie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uzasadnione.

#### **Naruszenie zakazu określonego w art. 24 uokik**

- (74) Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik **zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów**. Natomiast art. 24 ust. 2 uokik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności **nieuczciwe praktyki rynkowe** (art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik). Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów (art. 24 ust. 3 uokik).
- (75) W związku z powyższym dla uznania działania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, że spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:
1. kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy;
  2. działanie to jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami;
  3. działanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów.
- (76) Należy mieć na uwadze, że sprzeczność zachowania z obowiązującym porządkiem prawnym jest kategorią obiektywną. Kwalifikacja zachowania jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów oderwana jest od winy przedsiębiorcy, a nawet jego świadomości.



## Status przedsiębiorcy

- (77) Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (tj. Dz.U. z 2023 r. poz. 221., dalej: „upp”). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą, której definicja została określona w art. 3 upp.
- (78) Telewizja Polsat sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIV Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS: 0000388899. Spółka prowadzi działalność związaną m.in. z nadawaniem programów telewizyjnych ogólnodostępnych i abonamentowych.
- (79) Teleaudio Dwa sp. z o.o. sp. k. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIV Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS: 0000545770. Spółka prowadzi działalność w zakresie m.in. telekomunikacji bezprzewodowej, z wyłączeniem telekomunikacji satelitarnej.
- (80) Nie ulega zatem wątpliwości, iż ww. podmioty posiadają status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik.
- (81) Tym samym Spółki przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlegają rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i ich działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

## Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami

- (82) Zgodnie z art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845, dalej jako: „u.p.n.p.r.”) zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych. Art. 4 ust. 1 i 2 u.p.n.p.r. stanowią, iż 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 przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu (ust. 1). Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przestępstw określonych w ust. 1 (ust. 2).
- (83) Zgodnie z art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r. praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Jak wynika z art. 5 ust. 3 pkt 2 i 5 u.p.n.p.r., wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć: cech produktu, w szczególności jego pochodzenia geograficznego lub handlowego, ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, wyposażenia dodatkowego, testów i wyników badań lub kontroli przeprowadzanych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, ryzyka i korzyści związanych

z produktem (pkt 2) oraz ceny, sposobu obliczania ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej (pkt 5).

- (84) Dla stwierdzenia występowania praktyki rynkowej nie będzie przy tym miało znaczenia, czy faktycznie doszło do zniekształcenia procesu decyzyjnego konsumenta. Wprowadzenie w błąd skutkuje przede wszystkim zniekształceniem lub możliwością zniekształcenia procesu decyzyjnego konsumenta poprzez wytworzenie u niego mylnego przekonania co do charakteru i warunków transakcji, w którą się angażuje.
- (85) Zgodnie z art. 5 ust. 4 u.p.n.p.r. przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.
- (86) Podkreślić należy w szczególności, iż zgodnie z treścią Wytycznych dotyczących wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym (2021/C 526/01) *wyniki analiz z dziedziny ekonomii behawioralnej wskazują, że nie tylko treści udostępnianych informacji, ale także sposób prezentacji informacji mogą mieć znaczący wpływ na to, jak konsumenci na nie reagują. Z tego powodu art. 6 [implementowany w u.p.n.p.r.-przypis własny] wyraźnie dotyczy sytuacji, w których praktyki handlowe mogą prawdopodobnie wprowadzać w błąd konsumentów „w jakikolwiek sposób, w tym poprzez wszystkie okoliczności prezentacji [informacji]”, „nawet jeżeli informacje te są zgodne z rzeczywistością”.*
- (87) W tym miejscu należy wskazać, że zgodnie z definicją zawartą w art. 2 pkt 4 u.p.n.p.r. przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Produktem w rozumieniu art. 2 pkt 3 u.p.n.p.r. jest każdy towar lub usługa, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych.

### Model przeciętnego konsumenta

- (88) Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym odwołuje się do pojęcia przeciętnego konsumenta. Zgodnie z art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r. przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.
- (89) Brak jest podstaw do wyróżniania - w świetle kwestionowanych praktyk - szczególnej grupy konsumentów, której działania Teleaudio Dwa oraz Telewizji Polsat mogły dotyczyć. W analizowanej sprawie trzeba wziąć pod uwagę zasięg działania przedsiębiorców. Działania przedsiębiorców związane z prezentacją informacji o konkursie w postaci komunikatów słownych i graficznych kierowanych do konsumentów podczas audycji pt. „Sylwestrowa moc przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia” oraz wysyłaniem wiadomości SMS otrzymywanymi przez konsumentów adresowane były do szerokiego kręgu odbiorców (por. wyniki oglądalności audycji, nb. 17 decyzji). Adresatami zakwestionowanych zachowań mogły stać

się mieszkańcy całego kraju, tj. odbiorcy ww. audycji wyemitowanej na antenie Telewizji Polsat. Warto tu zwrócić również uwagę na popularność wydarzeń rozrywkowych takich jak np. koncerty na żywo transmitowane w telewizji lub Internecie, w szczególności w trakcie większych imprez, np. świąt czy nocy sylwestrowej. Jedynym wyróżnikiem takich konsumentów jest posiadanie telefonu komórkowego w sieci komórkowej Orange Polska S.A., P4 Sp. z o.o., T-Mobile Polska S.A oraz Polkomtel Sp. z o.o. oraz możliwości skorzystania z usługi o podwyższonej opłacie w rozumieniu art. 64 ust. 1 Pt (brak blokady takich usług lub ustawionych limitów).

- (90) W przedmiotowej sprawie można oczekiwać od przeciętnego konsumenta, że będzie miał świadomość, że udział w konkursach SMS jest płatny i następuje z wykorzystaniem usług premium. Konsument może się też spodziewać pewnej specyfiki języka przekazu marketingowego (ograniczony czas emisji, skrót myślowe) kierowanego do niego np. podczas audycji telewizyjnych. Konsument ma jednak prawo polegać w tym zakresie na informacji przekazanej przez przedsiębiorcę w treści kierowanych do niego komunikatów i stosowanej przez niego komunikacji marketingowej, zakładając, że kierowany do niego przekaz jest zgodny z prawdą.
- (91) Przeciętny konsument ma w szczególności prawo wymagać, by przekazywane przez przedsiębiorcę informacje, w szczególności dotyczące kluczowych zasad uczestnictwa w konkursie, oferowanych nagród oraz kosztów uczestnictwa były przekazywane w sposób jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. Konsument ma również prawo wymagać aby najistotniejsze informacje, takie jak warunki uczestnictwa w konkursie oraz związane z tym koszty, które warunkują podjęcie decyzji dotyczącej udziału w wydarzeniu, przekazywane były przez przedsiębiorcę bezpośrednio w czasie jego prezentacji. Przekazanie przez przedsiębiorcę ww. informacji umożliwia podjęcie przez konsumenta świadomej decyzji dotyczącej umowy.
- (92) W ocenie Prezesa Urzędu w analizowanej sprawie bez znaczenia dla możliwości zakwestionowania wprowadzających w błąd komunikatów pozostaje kwestia przekazywania informacji o warunkach konkursu w treści wzorca. Należy wziąć pod uwagę okoliczność, iż ww. konkurs stanowił element audycji transmitowanej na żywo. Informacje o ww. konkursie wielokrotnie przekazywane były w komunikatach słownych i graficznych. W takiej sytuacji, biorąc pod uwagę specyfikę wydarzenia, przeciętny konsument polega na informacjach przekazywanych przez prowadzących w trakcie audycji i na tej podstawie podejmuje decyzję dotyczącą uczestnictwa w konkursie i wysłania SMS-a zgłoszeniowego. Powyższej okoliczności nie zmienia fakt, iż informacje o konkursie zamieszczone były we wzorcu udostępnionym na stronie Telegazety, do której dostęp w trakcie śledzenia przez zainteresowanego konsumenta audycji transmitowanej na żywo, może być utrudniony.

### **Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt I.1 decyzji**

- (93) Praktyka, o której mowa w pkt I.1 decyzji, polegała na wprowadzaniu w błąd co do zasad i kosztów uczestnictwa w sylwestrowej edycji konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” w treści komunikatów słownych i graficznych kierowanych do konsumentów podczas audycji pt. „Sylwestrowa moc przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia” wyemitowanej na antenie Telewizji Polsat w dniu 31 grudnia 2021 r.



w trakcie trwania audycji, tj. 31 grudnia 2021 r. i 1 stycznia 2022 r. W rzeczywistości konkurs rozpoczął się 31 grudnia 2021 r., jednak wybór zwycięzców gry o nagrody główne odbywał się dopiero 5 stycznia 2022 r. (por. nb. 61-62 decyzji).

- (100) Sposób przekazywania tych informacji np. „*wystarczy, że wyślecie SMS o treści SYLWESTER pod numer 7370*” sugerował również, iż gra o nagrodę główną uzależniona została jedynie od wysłania pojedynczego SMS-a o treści prezentowanej w trakcie trwania audycji. Wrażenie to potęgowało przedstawienie prowadzących na tle jednego z ww. 4 samochodów oraz nagrody pieniężnej w trakcie wyświetlania na banerze ceny za wysłanie jednego SMS-a (por. nb. 61-62 decyzji).
- (101) Powyższy przekaz marketingowy wzmacniał również sposób prezentacji informacji wyświetlanych na tzw. animowanych belkach. W treści wyświetlanych na animowanych belkach informacji zawarte i eksponowane były hasła dotyczące oferowanych w konkursie nagród głównych „*Do wygrania 100 000 zł lub jeden z czterech samochodów*”, „*Wygraj: 100 000 zł lub jeden z czterech samochodów*”. Bezpośrednio po pojawieniu się ww. informacji (dotyczących nagród) pojawiał się komunikat o treści „*Wyślij SMS o treści SYLWESTER pod numer 7370. Opłata 3,69 zł/sms, Reg.txt str.463*” (por. nb. 63 decyzji).
- (102) Ww. hasła o możliwych do zdobycia nagrodach oferowanych w konkursie na tzw. animowanych belkach przekazywane były konsumentom w sposób, który wprowadzał ich w błąd. Sposób sformułowania komunikatu np. „*Do wygrania*”, „*Wygraj*” sugerował, iż konsument, który wyśle wiadomość o określonej treści (numer telefonu oraz treść wiadomości prezentowane były bezpośrednio po hasłach dotyczących nagród), weźmie udział w grze o nagrodę główną w dniu 31 grudnia 2021 r. Jedynym zaś warunkiem udziału w tej grze („wygrania”) jest wysłanie SMS-a pod numer 7370, który prezentowany był na animowanych belkach.
- (103) W tym kontekście należy zauważyć, że w celu udziału w finale gry o nagrodę główną uczestnik konkursu musiał ponieść koszt w kwocie 3,69 zł za każdą wysłaną w konkursie wiadomość SMS, czyli wydać łącznie 14,76 zł brutto (4 wiadomości SMS). Finał gry o nagrody główne odbywał się dopiero w dniu 5 stycznia 2022 r., tj. w dniu roboczym, w którym konsumenci nie zawsze mają czas, aby odpowiadać na zadania konkursowe, zaś w trakcie trwania audycji konsumenci mogli wziąć udział jedynie w grze o nagrody sylwestrowe.
- (104) W ocenie Prezesa Urzędu, bez wpływu na możliwości zakwestionowania praktyki pozostaje wskazywana na tzw. animowanych belkach (w tym w treści SMS, który informował o terminie finału gry o nagrodę główną i zadaniu finałowym) informacja o miejscu udostępnienia regulaminu konkursu. W treści ww. animowanej belki przy komunikacie o treści „*Wyślij SMS o treści SYLWESTER pod numer 7370 opłata 3,69 zł/sms*” zamieszczona została informacja „*Reg.txt.str.463*”.
- (105) Samo zamieszczenie w regulaminie informacji o warunkach i zasadach uczestnictwa w konkursie uznać należy za niewystarczające przy zastosowanym przez Spółki sposobie prezentacji ww. informacji dotyczących konkursu w treści komunikacji marketingowej (por. uwagi dot. definicji przeciętnego konsumenta, nb. 88-92 decyzji). Z treścią informacji zamieszczonych w regulaminie konkursu konsument mógł się zapoznać dopiero



w Telegazecie. Biorąc pod uwagę, iż konkurs stanowił element audycji transmitowanej na żywo, ww. środek przekazu informacji jest nieadekwatny dla możliwości przekazania konsumentom najistotniejszych informacji dotyczących konkursu. Abstrahując od powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu w analizowanej sytuacji nie było przeciwwskazań do tego, aby prowadzący audycję w trakcie jej trwania przekazywali konsumentom kluczowe informacje dotyczące warunków uczestnictwa w konkursie takie jak np. liczba wiadomości SMS umożliwiająca udział w grze o nagrodę główną (samochody lub 100 000 zł). Tymczasem scenariusz konkursu nie tylko pomijał te informacje, lecz zawierał komunikaty (zarówno w warstwie słownej, jak i graficznej), sugerujące coś wręcz przeciwnego (możliwość szybkiej wygranej po wysyłce jednego SMS-a).

- (106) Co więcej, nie każdy konsument może mieć do ww. kanału komunikacji łatwy dostęp, w szczególności biorąc pod uwagę fakt, iż odbiorcami audycji mogą być osoby w różnym wieku, dysponującymi różnymi umiejętnościami w zakresie wyszukania informacji z wykorzystaniem sprzętu elektronicznego.
- (107) Jednocześnie sam sposób prezentacji regulaminu przez organizatorów ww. konkursu w Telegazecie nie był jasny i czytelny dla konsumentów, biorąc pod uwagę fakt, iż wzorzec przedstawiony został na wielu planszach, a wskazywana w komunikacji podczas audycji str. 463 odsyła w rzeczywistości do **spisu regulaminów** (nie zaś konkretnego wzorca dotyczącego organizowanego konkursu, tj. str. 469 oraz 474 Telegazety), por. nb. 26 decyzji. Ww. sposób prezentacji wymaga od konsumenta (zainteresowanego w tym czasie transmisją koncertu sylwestrowego na antenie Telewizji Polsat lub konsumenta uczestniczącego w koncercie „na żywo”) czasochłonnej analizy regulaminu, tak aby zapoznać się z jego treścią.
- (108) Podkreślić należy również, iż warunki i zasady organizowanego konkursu sylwestrowego określone zostały w różnych wzorcach umownych, tj. w regulaminie głównym oraz regulaminie przyznawania Nagród Sylwestrowych oraz Nagród Niespodzianek w Edycji Sylwestrowej Konkursu SMS, co dodatkowo mogło utrudnić zapoznanie się z nimi przez konsumenta. Warto podkreślić również sam sposób przekazania informacji w regulaminie, w tym treść poszczególnych postanowień, które charakteryzował duży stopień zawitości (por. nb. 28-42 decyzji).

### **Wpływ na decyzję przeciętnego konsumenta**

- (109) W opisany sposób Spółka mogła powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.
- (110) Konsument mógłby nie zdecydować się na uczestnictwo w konkursie, gdyby wiedział, iż wbrew otrzymywanym komunikatom słownym i graficznym wysłanie przez niego pojedynczej wiadomości SMS w rzeczywistości stanowić będzie jedynie zgłoszenie udziału w konkursie i nie będzie skutkowało udziałem w grze o nagrodę główną (w tym również nagrody sylwestrowe) w dniu 31 grudnia 2021 r. Nie zdając sobie sprawy, iż możliwość zdobycia nagrody głównej w konkursie uzależniona została w rzeczywistości od konieczności wysłania większej liczby SMS-ów i odpowiedzi na otrzymane pytania, co wiązało się z poniesieniem dodatkowych opłat oraz - w odniesieniu do części pytań -



w odniesieniu do różnych etapów gry, w których przewidziano różne nagrody, co dla konsumentów mogło nie być zrozumiałe.

- (117) Analiza stanu faktycznego sprawy wykazała, iż odpowiedź przez konsumenta na otrzymywane wiadomości SMS (pierwsze trzy) nie umożliwiła udziału w grze o nagrodę główną, a zdobycie ww. nagrody wymagało w rzeczywistości wysłania większej liczby odpłatnych wiadomości SMS (łącznie 4 wiadomości SMS po 3,69 zł każda). Informację o zakwalifikowaniu do finału w grze o nagrodę główną (po spełnieniu określonych warunków, por. nb. 54 decyzji), konsumenci otrzymywali dopiero 4 stycznia 2022 r. Sam udział w finale konkursu sylwestrowego, który odbył się w dniu 5 stycznia 2022 r., wymagał podjęcia przez konsumenta dodatkowych czynności i wysłania SMS-a z hasłem dot. zadania finałowego, tj. hasła na „słowo roku 2021”. W rzeczywistości więc konsumenci, odpowiadając na pierwsze trzy wiadomości SMS, brali udział w finale gry (48 etapów) o nagrody sylwestrowe (w tym nagrody niespodzianki), nie zaś w finale gry o prezentowane w komunikatach słownych i graficznych w trakcie trwania audycji nagrody główne (samochody lub 100 000 zł). Wszystkie ww. etapy gry określane były przez Spółki mianem „finału”.
- (118) Uczestnicy konkursu, którzy wysłali SMS-a o treści „Sylwester” pod numer 7370 tj. dokonali zgłoszenia udziału w konkursie otrzymywali SMS o treści „**POLSAT Teraz wybierz nagrodę-100 000zł (KASA), BMW (B), LEXUS (L), MERCEDES (M) lub VOLVO (V)! Wybierz i odpisz KASA lub B lub L lub M lub V //3,69zł/sms**” (SMS nr 1-por. nb. 55 decyzji). Treść ww. wiadomości wskazująca faktyczne nagrody główne oferowane w konkursie (w finale gry o nagrody główne, który odbywał się dopiero 5 stycznia 2022 r.) i użyte w niej sformułowanie „**teraz wybierz nagrodę**”, sugerowały, iż odpowiedź przez konsumenta na otrzymaną wiadomość, skutkować będzie udziałem w finale gry o wybraną przez niego w treści ww. SMS-a nagrodę główną (np. 100 000 zł) w dniu 31 grudnia 2021 r., bez konieczności podejmowania dodatkowych czynności, w tym konieczności udzielania odpowiedzi na SMS-a otrzymanego w dniu 5 stycznia 2022 r. (hasło na „słowo roku”). W rzeczywistości odpowiedź na ww. wiadomość w ogóle nie umożliwiła udziału konsumenta w grze o nagrodę główną (pomimo ich wyboru), a konsumenci otrzymali kolejną wiadomość SMS, która wymagała podjęcia dodatkowych czynności. Warto zauważyć, iż odpowiedź na ww. wiadomość nie umożliwiła konsumentom zdobycia żadnej z nagród oferowanych w konkursie (zarówno w finale gry o nagrodę główną, jak również nagrody sylwestrowe, w tym nagrody niespodzianki).
- (119) Po odpowiedzi na ww. wiadomość, konsumenci otrzymywali wiadomość o treści „**POLSAT super! Wejdź do finału wysyłając nam swój KOD POCZTOWY w formacie XX-XXX (np. 00-001) i nic więcej! //3,69zł/sms**” (SMS nr 2-por. nb. 55 decyzji). Ww. wiadomość wprowadzała konsumenta w błąd przez użyte w niej określenie „**i nic więcej**”, które sugerowały, iż „**wejście do finału**” będzie możliwe po odpowiedzi na ww. wiadomość, tj. po wysłaniu kodu pocztowego, a ww. finał dotyczyć będzie gry o jedną z nagród głównych (samochód lub 100 000 zł) oferowanych w konkursie. Powyższe określenie sugerowało również, iż w związku z uczestnictwem w konkursie konsument nie otrzyma już kolejnych wiadomości SMS i nie będzie musiał podejmować dodatkowych czynności w związku z udziałem w konkursie sylwestrowym, w tym udzielić odpowiedzi na otrzymaną w dniu 5 stycznia 2022 r. wiadomość SMS. Warto tutaj zauważyć, iż użyte przez Spółkę sformułowanie „**i nic więcej**” nie jest prawdziwe, gdyż konsumenci otrzymywali kolejne wiadomości, które wymagały podjęcia dodatkowych czynności.

- (120) Poprzez użyte przez Spółki sformułowanie „wejdź do finału” konsument mógł powziąć również uzasadnione przekonanie, iż „wejście do finału” w grze o wskazane w SMS-ie nagrody, tj. gotówkę lub samochód (po wyborze jednej z nich) umożliwiające zostanie poprzez odpowiedź na otrzymanego SMS-a, a ww. finał dotyczy nagrody głównej (nie zaś nagród sylwestrowych). Powyższe sformułowanie wprowadza w błąd. Odpowiedź na ww. wiadomość stanowiła pierwszy krok do finału (bez odpowiedzi na ww. wiadomość konsument tracił prawo gry o jakiegokolwiek nagrody oferowane w konkursie), jednak sama odpowiedź na ww. wiadomość nie umożliwiła automatycznego „wejścia” do finału i gry o nagrodę główną (w tym również nagrody sylwestrowe). Konsumenti otrzymali kolejną wiadomość SMS, która wymagała podjęcia dodatkowych czynności i w rzeczywistości dotyczyła ona zadania „finałowego”, jednak w grze o nagrody sylwestrowe, a nie o nagrody główne. W treści ww. wiadomości brak było informacji o rodzaju finału, do którego zostanie zakwalifikowany konsument po wysłaniu kodu pocztowego (finał gry o nagrody sylwestrowe, finał gry o nagrody główne).
- (121) Po odpowiedzi na ww. wiadomość, konsumenci otrzymywali SMS-a (SMS nr 3 - por. nb. 55 decyzji) dotyczącego „zadania finałowego”, tj. informacji o przesłaniu propozycji hasła na zabawę sylwestrową o treści: „**POLSAT Zadanie finałowe: Zaproponuj oryginalne i dowcipne hasło na ZABAWĘ SYLWESTROWĄ Propozycje prześlij pod 7370 poprzedzając ją prefixem FINAL/3,96zł/sms<sup>9</sup>**”. Po udzieleniu odpowiedzi konsument otrzymywał komunikat „**POLSAT Dziękujemy za odpowiedź! Ze zwycięzcami skontaktujemy się telefonicznie!**”
- (122) Użyte przez Spółkę komunikaty „zadanie finałowe”, „ze zwycięzcami” i sposób ich sformułowania, podobnie jak w przypadku poprzednich wiadomości, wprowadza w błąd przez sugerowanie, iż wysłane przez konsumenta „zadanie finałowe” dotyczyć będzie uczestnictwa i zwycięzców w finale gry o nagrodę główną oferowaną w konkursie. W rzeczywistości przesłane przez konsumenta zadanie finałowe dotyczy tylko nagród sylwestrowych.
- (123) Odpowiedź na ww. wiadomości dotyczące wyboru nagrody głównej (SMS nr 1-por. nb. 55 decyzji), kodu pocztowego (SMS nr 2-por. nb. 55 decyzji) oraz hasła na zabawę sylwestrową (SMS nr 3-por. nb. 55 decyzji) nie skutkowało udziałem w grze o nagrodę główną prezentowaną w komunikatach słownych i graficznych w trakcie trwania audycji. Zdobywanie ww. nagrody wymagało w rzeczywistości podjęcia dodatkowych czynności przez konsumenta w dniu 5 stycznia 2022 r i wysłania dodatkowo płatnej wiadomości SMS z hasłem na tzw. „słowo roku”.
- (124) Zwrócić należy również uwagę, iż w treści otrzymywanych przez konsumentów wiadomości, które sugerowały udział w finale gry o nagrodę główną, brak było wzmianki dotyczącej skutków, które wiązać się będą z nieudzieleniem odpowiedzi na otrzymywane wiadomości. W treści otrzymywanych komunikatów brak było również informacji, iż konsument otrzyma kolejne wiadomości SMS (i o jakiej treści) oraz że udział w konkursie o oferowane nagrody główne wiązać się będzie w rzeczywistości z koniecznością wysłania większej liczby płatnych SMS (w tym ich liczbie).

<sup>9</sup> Po otrzymaniu odpowiedzi konsument otrzymywał komunikat „**POLSAT Dziękujemy za odpowiedź! Ze zwycięzcami skontaktujemy się telefonicznie!**”

## Wpływ na decyzję przeciętnego konsumenta

- (125) W opisany sposób Spółka mogła powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.
- (126) Wprowadzenie konsumentów w błąd przez Spółki w treści otrzymywanych przez nich komunikatów SMS przez sugerowanie, że odpowiedź na otrzymywane wiadomości skutkować będzie udziałem w finale w grze o nagrodę główną bez konieczności podjęcia dodatkowych czynności, w tym konieczności udzielania odpowiedzi na SMS-a otrzymanego w dniu 5 stycznia 2022 r., **mogło powodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej kontynuowania udziału w konkursie, której w przypadku jasnej i rzetelnej informacji co do przebiegu konkursu i możliwych do zdobycia na poszczególnych etapach konkursu nagrodach, mógłby nie podjąć.** Konsument mógłby nie zdecydować się na dalsze uczestnictwo w konkursie i udzielanie odpowiedzi na kolejne otrzymywane komunikaty, gdyby wiedział, iż odpowiedź na ww. trzy wiadomości nie będzie wiązać się z udziałem w grze o nagrodę główną, a zdobycie ww. nagrody uzależnione zostało od dokonania dodatkowej czynności. Konsument, mając pełną wiedzę co do możliwych do zdobycia nagród, w tym warunków, które umożliwiają zdobycie nagrody głównej, mógłby podjąć świadomą decyzję o rezygnacji z uczestnictwa w konkursie np. po otrzymaniu SMS-a z wyborem nagrody głównej, co pozwoliłoby im na zaoszczędzenie pieniędzy. Straciliby wówczas (na skutek praktyki opisanej w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji) jedynie 3,69 zł (koszt pierwszego SMS-a). Z drugiej strony przekazane przez Spółki statystyki (por. nb. 64-66 decyzji) pokazują też, że strategia nietransparentnej komunikacji skutkuje „zmęczeniem” konsumenta, który z każdym kolejnym SMS-em jest coraz mniej gotowy i chętny do dalszej gry. W rezultacie liczba konsumentów uprawnionych do gry o nagrody główne jest dużo mniejsza niż na starcie konkursu.
- (127) Podsumowując, treść wiadomości SMS kierowanych do konsumentów w trakcie sylwestrowej edycji konkursu wprowadzała konsumentów w błąd co do przebiegu konkursu oraz możliwych do zdobycia na poszczególnych etapach konkursu nagród oraz mogła powodować podjęcie decyzji dotyczącej zawarcia umowy, której konsument nie podjąłby w innych warunkach. Zachowanie Spółki stanowiło zatem nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 w związku z ust. 3 pkt 2 i 5 oraz z art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r.

## Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

- (128) Działanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowe interesy konsumentów, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków.
- (129) Przez zbiorowy interes należy rozumieć interes dotyczący ogółu (zbiorowości), którego naruszenie ma miejsce, gdy skutkami działań przedsiębiorcy dotknięty jest pewien krąg uczestników rynku - konsumentów. Zachowanie przedsiębiorcy godzące w zbiorowe interesy konsumentów jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa w odniesieniu do każdego z konsumentów - nie zaś jedynie określonego konsumenta - i zagraża ono, przynajmniej potencjalnie, interesom każdego z członków zbiorowości konsumentów. Zaistnienie przesłanki naruszenia zbiorowego interesu konsumenta nie jest przy tym bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały naruszone wskutek działań przedsiębiorcy.



- (130) Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszeniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych (naruszenie o charakterze pozaekonomicznym).
- (131) W niniejszej sprawie działania Spółek nie dotyczą interesów poszczególnych osób, lecz szerokiego kręgu konsumentów.
- (132) Wprowadzenie w błąd co do zasad i kosztów uczestnictwa w sylwestrowej edycji konkursu w treści komunikatów słownych i graficznych kierowanych do konsumentów podczas audycji wyemitowanej na antenie Telewizji Polsat, o czym mowa w pkt I.1. rozstrzygnięcia decyzji, godzi w interes nieokreślonego kręgu konsumentów - odbiorców audycji wyemitowanej na antenie Telewizji Polsat.
- (133) W odniesieniu do interesów ekonomicznych konsumentów z jednej strony ponosili koszty jednego SMS-a (3,69 zł) bez jakiegokolwiek szansy na wygraną, co czyniło ten wydatek bezcelowym. Z drugiej zaś byli narażeni na poniesienie dodatkowych, niechcianych kosztów z tytułu skorzystania z usługi o podwyższonej opłacie, gdyby zdecydowali się grać dalej, aby „zamortyzować” już poniesiony koszt.
- (134) W zakresie naruszenia interesów pozaekonomicznych konsumentów praktyka (pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji) naruszała prawo konsumentów do rzetelnej informacji o warunkach i zasadach uczestnictwa w konkursie, bez ryzyka wprowadzenia w błąd co do wysokości uiszczanych z tytułu udziału w konkursie opłat. Ww. praktyka mogła oddziaływać zarówno na tych z konsumentów, którzy zdecydowali się wziąć udział w konkursie, jak również na tych, którzy ostatecznie nie zdecydowali się na uczestnictwo i pozostali w błędnym przekonaniu co do zasad konkursu i wysokości uiszczanych z tytułu udziału w nim opłat. Takie działanie z jednej strony może zmniejszać poziom zaufania do różnego rodzaju konkursów z wykorzystaniem usług premium oraz ich organizatorów (w przypadku uświadomienia sobie przez konsumenta, że SMS zgłoszeniowy nie bierze udziału w losowaniu nagrody). Z drugiej zaś strony może to budować u konsumentów fałszywe przekonanie o „łatwej” wygranej i opłacalności udziału w takich konkursach. Warto zauważyć, iż organizatorami takich konkursów są często popularne stacje telewizyjne, które promują konkursy z atrakcyjnymi nagrodami, których zdobycie w przekonaniu większości konsumentów możliwe jest stosunkowo niewielkim kosztem. W przypadku nieuświadomienia sobie przez konsumenta, że pojedynczy SMS nie brał udziału w konkursie, taki przekaz marketingowy może skutkować zwiększoną gotowością do udziału w takich konkursach w przyszłości. Opisane działanie mogło również powodować stratę czasu, którzy konsumenci musieli poświęcić na dalszy udział w konkursie (w tym wymyślanie odpowiedzi na zadania konkursowe), o ile chcieli mieć szansę na wygraną nagrody głównej.
- (135) W przypadku drugiej z zakwestionowanych praktyk polegającej na wprowadzaniu w błąd co do przebiegu konkursu oraz możliwych do zdobycia na poszczególnych etapach konkursu nagród w sylwestrowej edycji konkursu” w treści wiadomości SMS kierowanych

do konsumentów w trakcie konkursu, działanie to godziło w interes nieokreślonego kręgu konsumentów - odbiorców transmisji, którzy uczestniczyli w konkursie sylwestrowym wyemitowanym w trakcie audycji na antenie Telewizji Polsat.

(136) W odniesieniu do interesów ekonomicznych konsumentów działania Spółek narażały konsumentów na obciążenie dodatkowymi, niechcianymi opłatami z tytułu uczestnictwa w konkursie i odpowiedziami na otrzymywane komunikaty (co wiąże się ze skorzystaniem z usługi o podwyższonej opłacie). Rzetelne i niewprowadzające w błąd informacje w pierwszym SMS-ie pozwoliłyby konsumentowi na ograniczenie kosztów, jeśli nie był gotowy na udział w konkursie o danej charakterystyce. Stosowanie praktyki, o której mowa w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji, miało także wpływ na **interesy pozaekonomiczne** konsumentów w postaci uprawnienia konsumentów do uzyskania rzetelnych i istotnych informacji dotyczących uczestnictwa w konkursie i otrzymywanych w związku z tym komunikatów, bez ryzyka wprowadzenia w błąd. Opisane działanie powodowało również stratę czasu, którzy konsumenci musieli poświęcić na dalszy udział w konkursie, o ile chcieli mieć szansę na wygraną nagrody głównej. Konsumenci mogli zostać również narażeni na stratę czasu i inne niedogodności związane z ewentualnymi czynnościami podjętymi w celu samodzielnej weryfikacji warunków konkursu oraz możliwych do zdobycia na poszczególnych etapach konkursu nagród (w wyniku kolejno otrzymywanych od Spółek wiadomości SMS). Warto tutaj zauważyć, iż warunki i zasady organizowanego konkursu sylwestrowego określone zostały w różnych wzorcach umownych (przedstawionych na wielu planszach telegazety), a sam sposób przekazania informacji w regulaminach, w tym treść poszczególnych postanowień charakteryzował duży stopień zawichości.

#### **Środki usunięcia trwających skutków naruszenia (pkt II-IV rozstrzygnięcia decyzji)**

(137) Zgodnie z art. 26 ust. 2 uokik w decyzji stwierdzającej stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. W myśl art. 26 ust. 4 uokik środki, o których mowa w ust. 2, powinny być proporcjonalne do wagi i rodzaju naruszenia oraz konieczne do usunięcia jego skutków. Zgodnie z art. 27 ust. 4 w zw. art. 26 ust. 2 uokik środki usunięcia trwających skutków mogą być ponadto określone w sytuacji, gdy stosowanie stwierdzonej przez Prezesa Urzędu praktyki zostało zaniechane. W analizowanej sprawie jako datę zaniechania zakwestionowanych w decyzji praktyk Prezes Urzędu ustalił 1 stycznia 2022 r.

(138) W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu środków usunięcia trwających skutków stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych w punkcie I rozstrzygnięcia decyzji, tj. poprzez zamieszczenie informacji o stosowanych przez Spółki praktykach na stronach internetowych ww. przedsiębiorców oraz w przypadku Telewizji Polsat z wykorzystaniem stacji telewizyjnej POLSAT, Polsat 2 oraz Polsat News. Informacja o stosowaniu przez przedsiębiorców praktyk powinna ponadto zostać umieszczona na ich profilach w serwisie [www.facebook.pl](http://www.facebook.pl). Decydując o zastosowaniu ww. środków Prezes Urzędu uwzględnił okoliczność, że stosowane przez Spółkę praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w pkt I Decyzji, dotyczą konkursu przeprowadzonego na antenie Telewizji Polsat w związku z wyemitowaną audycją sylwestrową oraz szerokiego kręgu odbiorców.

- (139) W przypadku obu z zakwestionowanych w Decyzji praktyk, konsumenci mogą nie mieć świadomości, że w związku z wyemitowanym na antenie Telewizji Polsat konkursem i otrzymywanymi wiadomościami SMS, Spółki stosowały nieuczciwe praktyki rynkowe, które godziły w ich interesy. W szczególności w przypadku pierwszej z praktyk, konsumenci mogą pozostać w błędnym przekonaniu co do zasad organizacji podobnych konkursów SMS i w konsekwencji zostać narażeni na poniesienie dodatkowych, bezcelowych kosztów z tytułu uczestnictwa w takich konkursach w przyszłości. Ww. konsumenci (również ci, którzy nie zdecydowali się na wzięcie udziału w konkursie) mogą również pozostawać w błędnym przekonaniu co do opłacalności udziału w takich konkursach i łatwej wygranej (poniesienie stosunkowo niedużej opłaty za wysłany SMS w stosunku do potencjalnej nagrody w konkursie). Dotyczy to szerokiego kręgu konsumentów (tj. wszystkich widzów sylwestrowej audycji do których kierowane były komunikaty), w tym w szczególności tych, którzy zdecydowali się wziąć udział w konkursie i ponieść związane z tym koszty (wysyłając SMS zgłoszeniowy, który nie gwarantował udziału w grze o nagrodę główną, co czyniło poniesiony przez nich wydatek bezcelowym). W przypadku drugiej z praktyk, prócz narażenia na obciążenie dodatkowymi, niechcianymi kosztami z tytułu odpowiedzi na otrzymywane komunikaty, co w przypadku przekazania rzetelnej i niewprowadzającej w błąd informacji w pierwszej wiadomości SMS, skutkowałoby ograniczeniem kosztów i podjęciem świadomej decyzji, konsumenci mogą nie mieć świadomości co do charakterystyki takich konkursów i sposobu odpowiedzi na wiadomości (zadawanych w nich pytań). Jednym z celów określenia środków usunięcia trwających skutków naruszenia jest uzupełnienie deficytu informacyjnego po stronie konsumentów narażonych na skutki stosowania zakwestionowanych zachowań.
- (140) Tym samym informacja o wydaniu decyzji (w tym stosowanych przez Spółki praktykach) zostanie przekazana szerokiemu kręgowi odbiorców, co umożliwi zapoznanie się z treścią decyzji Prezesa Urzędu wszystkim uczestnikom rynku, zarówno konsumentom jak i przedsiębiorcom oraz pozwoli na pozyskanie informacji nie tylko o tym, jakie praktyki zostały zakwestionowane, ale także jakie motywy stoją za rozstrzygnięciem Prezesa Urzędu. Zastosowane środki umożliwią zapoznanie się z informacją o wydaniu decyzji szerokiemu gronu konsumentów, tj. zarówno osobom korzystającym z Internetu i platform społecznościowych, jak również np. osobom mającym jedynie dostęp do programów telewizyjnych, na których wyemitowana została audycja.
- (141) Spółka powinna poinformować konsumentów o swoich nieuczciwych praktykach, co spełni również funkcję edukacyjną. Dzięki zaprezentowanemu oświadczeniu wiedza o rozstrzygnięciu będzie mogła dotrzeć do konsumentów, a także innych przedsiębiorców działających w branży. Powyższy środek może mieć więc również znaczenie prewencyjne, zniechęcając przedsiębiorcę, któremu zarzucono stosowanie zakwestionowanej w sentencji decyzji praktyki oraz innych przedsiębiorców do stosowania podobnego rodzaju praktyk.
- (142) Określenie parametrów technicznych wysłanej informacji i publikowanego oświadczenia ma za zadanie zapewnić jego widoczność i czytelność na stronie internetowej Spółek, kanałach telewizyjnych oraz na ich profilach w mediach społecznościowych.
- (143) Zakres nałożonego na Spółki obowiązku jest proporcjonalny do ich możliwości i wagi stwierdzonych naruszeń. Jest to obowiązek, którego realizacja nie będzie dla Spółek uciążliwa, a jednocześnie przyczyni się do zrealizowania funkcji edukacyjnej decyzji.

(144) Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II, III oraz IV rozstrzygnięcia decyzji.

#### **Nałożenie przez Prezesa Urzędu kary pieniężnej (pkt V rozstrzygnięcia decyzji)**

- (145) Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 uokik. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów wprowadziła zatem zasadę fakultatywności nakładania kar przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorców, którzy dopuścili się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Przedmiotowa ustawa nie przesądza bezwzględnie o wysokości kary nakładanej przez Prezesa Urzędu, który, decydując o tym w każdym konkretnym przypadku, kieruje się założeniem, że sankcja musi spełniać zarówno funkcję represyjną (penalną), jak i prewencyjną (dyscyplinującą) oraz wychowawczą (edukacyjną).
- (146) Podstawą obliczenia wysokości kary jest obrót osiągnięty przez Spółkę w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Artykuł 106 ust. 3 uokik, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje w pkt 1 m.in., że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości.
- (147) Jak wskazano powyżej, kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów **ma charakter fakultatywny**. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu<sup>10</sup>. Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 uokik te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić, decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia, biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 uokik).
- (148) Ustalając wysokość kar pieniężnych, Prezes Urzędu bierze również pod uwagę **okoliczności łagodzące oraz obciążające**, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu

<sup>10</sup> Por. wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (XVII Wydział Sądu Okręgowego w Warszawie) z dnia 14 lutego 2022 r., sygn. XVII AmA 23/20 oraz wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (XVII Wydział Sądu Okręgowego w Warszawie) z dnia 15 grudnia 2021 r., sygn. XVII AmA 37/20.

zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonanym naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

- (149) Zdaniem Prezesa Urzędu, okoliczności niniejszej sprawy, przede wszystkim charakter stosowanych przez Spółki praktyk i ich możliwe negatywne skutki w sferze pozaekonomicznych i ekonomicznych interesów konsumentów, **wskazują na celowość zastosowania wobec Telewizji Polsat oraz Teleaudio Dwa tego środka represji.** Wyemitowana audycja miała charakter jednorazowy (trwała w dniach od 31.12.2021 r. do 1.02.2022 r.), ale zakwestionowane praktyki mogły oddziaływać na sytuację wielu konsumentów (odbiorców wyemitowanej audycji). Do ww. grupy należą zarówno konsumenci, które zdecydowały się na udział w konkursie, jak również konsumenci, którzy ostatecznie nie zdecydowali się na uczestnictwo i pozostali w błędnym przekonaniu co do zasad konkursu i wysokości uiszczanych z tytułu udziału w nim opłat (a co za tym idzie błędnym wyobrażeniu co do łatwej wygranej i „opłacalności” udziału w takich konkursach). Istotne jest, iż w przypadku dużej części konsumentów praktyki Spółek skutkowały wzięciem przez nich udziału w konkursie i poniesieniem kosztów wysłania SMS (3,69 zł) bez jakiegokolwiek szansy na wygraną (w sytuacji wysłania 1 SMS-a), co czyniło ww. wydatek bezcelowym. Należy mieć na względzie również okoliczności, iż audycja transmitowana w trakcie nocy sylwestrowej podczas, której prezentowane były informacje o konkursie, cieszyła się dużą popularnością wśród odbiorców (wyniki oglądalności w telewizji ok. 4 mln widzów, por. nb. 17 decyzji), a przedsiębiorcy odpowiadający za organizację konkursu sylwestrowego i treść komunikacji marketingowej (należący do jednej grupy kapitałowej) są wiodącymi podmiotami branży telewizyjnej i telekomunikacyjnej, współtworzącymi standardy zachowań rynkowych. Ww. podmioty zarówno przed tym wydarzeniem, jak i po nim organizowali konkursy tego rodzaju (z wykorzystaniem numerów premium).
- (150) Podstawą obliczenia wysokości kary jest obrót osiągnięty przez Telewizję Polsat oraz Teleaudio Dwa w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary.
- (151) W niniejszej sprawie obrót Telewizji Polsat został ustalony na podstawie sprawozdania finansowego wraz z rachunkiem zysków i strat z którego wynika, że obrót Spółki w 2022 r. wyniósł [xx zł]). Maksymalna kara pieniężna, jaka może zostać nałożona na Spółkę za każdą z praktyk w oparciu o przepis art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik wynosi [xxxxxxxxxxxxxxxx] zł.
- (152) W niniejszej sprawie obrót Teleaudio Dwa został ustalony na podstawie sprawozdania finansowego wraz z rachunkiem zysków i strat z którego wynika, że obrót Spółki w 2022 r. wyniósł [xx]). Maksymalna kara pieniężna, jaka może zostać nałożona na Spółkę za każdą z praktyk w oparciu o przepis art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik wynosi [xxxxxxxxxxxxxxxx] zł.



- (153) Nakładając kary pieniężne na przedsiębiorców, Prezes Urzędu bierze pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było **umyślnie czy też nieumyślnie**. Zgodnie z art. 106 ust. 1 uokik kara pieniężna może być nałożona, gdy do naruszenia przepisów tej ustawy doszło choćby nieumyślnie. W świetle obowiązujących przepisów prawa, stwierdzenie nawet nieumyślnego naruszenia uokik daje zatem podstawę do nałożenia kary pieniężnej.
- (154) Dokonując oceny strony podmiotowej praktyk Spółek wskazanych w pkt I.1 oraz 1.2 rozstrzygnięcia decyzji, Prezes Urzędu zważył przede wszystkim, czy miały one zamiar ich stosowania, czy też praktyki te były jedynie skutkiem niezachowania przez nich ostrożności wymaganej w danych okolicznościach.
- (155) Zdaniem Prezesa Urzędu ogół okoliczności sprawy każe przyjąć, że praktyki spowodowane były niezachowaniem przez Spółki należytego stopnia ostrożności oraz niedołożeniem wystarczających starań w dostosowaniu swojej działalności do obowiązujących regulacji prawnych.
- (156) Spółki, jako profesjonaliści, powinni byli zachować podwyższoną staranność jeszcze przed podjęciem przez Prezesa Urzędu jakichkolwiek działań. Będąc przedsiębiorcą, Telewizja Polsat oraz Teleaudio Dwa mają obowiązek posiadania wiedzy na temat obowiązujących norm prawnych oraz zapewniania zgodności swoich praktyk z prawami konsumenta. Na profesjonalnych uczestnikach rynku spoczywa bowiem obowiązek dochowania należytej staranności przy ocenie zgodności ich działań z obowiązującymi przepisami prawa. Obowiązki te pozostają aktualne także w sytuacji, w której przedsiębiorcy, współpracując ze sobą przy organizacji określonych imprez i konkursów, stosują względem konsumentów określony przekaz marketingowy. Spółki jako profesjonaliście od lat działający na rynku bez wątplenia posiadają odpowiednie zasoby (np. prawne) i możliwości pozwalające na konstruowanie treści i ww. przekazu marketingowego w sposób zgodny z prawem i niewprowadzający konsumentów w błąd.
- (157) W świetle powyższego należy stwierdzić, że stosując zarzucane praktyki, Spółki działały co najmniej nieumyślnie, co w konsekwencji skutkuje wypełnieniem przesłanki z art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik, umożliwiającą nałożenie kary pieniężnej.
- (158) Ustalenie wysokości kary w przedmiotowej sprawie w odniesieniu do każdej z praktyk wskazanych w pkt I rozstrzygnięcia decyzji miało charakter wieloetapowy, co spowodowane było zaistnieniem w postępowaniu okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej, Prezes Urzędu każdorazowo w pierwszej kolejności dokonywał oceny wagi stwierdzonej praktyki i na tej podstawie ustalał kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie - w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary - dokonywał gradacji ustalonej kwoty bazowej.

**Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji**

- (159) W pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu uznał zachowanie Spółek za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Zachowanie to polegało na wprowadzaniu

w błąd co do zasad i kosztów uczestnictwa w sylwestrowej edycji konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” w treści komunikatów słownych i graficznych kierowanych do konsumentów podczas audycji pt. „Sylwestrowa moc przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia” wyemitowanej na antenie Telewizji Polsat w dniu 31 grudnia 2021 r. przez sugerowanie w treści ww. komunikatów, że wysłanie przez konsumenta pojedynczego SMS-a umożliwi udział w grze o nagrodę główną, podczas gdy zdobycie ww. nagrody nie było możliwe tego dnia i wymagało wysłania większej liczby odpłatnych wiadomości SMS oraz podjęcia dodatkowych czynności przez konsumenta. Prezes Urzędu stwierdził, że praktyka ta została zaniechana z dniem 1 stycznia 2022 r., tj. w momencie zakończenia audycji.

(160) Zdaniem Prezesa Urzędu wagę naruszenia należy określić jako znaczną.

(161) Oceniając wagę naruszenia, Prezes Urzędu uwzględnił również skutki, jakie mogła wywoływać ona wobec konsumentów (naruszenie interesów ekonomicznych oraz pozaeconomicznych). Praktyka ta była stosowana na etapie przedkontraktowym. Zachowanie Spółek i kierowane w trakcie trwania audycji komunikaty słowno-graficzne dotyczące konkursu sylwestrowego miały na celu zachęcenie odbiorców audycji do natychmiastowego wysłania SMS-a o treści wskazanej w komunikatach i wzięcia udziału w ww. konkursie.

(162) W pierwszej kolejności podkreślić należy, iż audycja i zawarty w niej przekaz marketingowy dotyczący konkursu nie były ograniczone do konkretnej, wąskiej grupy konsumentów. Praktyka Spółek adresowana była do szerokiego kręgu konsumentów, tj. odbiorców audycji pt. „Sylwestrowa moc przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia” wyemitowanej na antenie Telewizji Polsat, którzy posiadali telefony komórkowe w sieci komórkowej Orange Polska S.A., P4 Sp. z o.o., T-Mobile Polska S.A oraz Polkomtel Sp. z o.o. oraz możliwość skorzystania z usługi o podwyższonej opłacie w rozumieniu art. 64 ust. 1 Pt. Co więcej, odbiorcami ww. komunikatów byli nie tylko konsumenci śledzący ww. audycję w programach Telewizji Polsat na telewizorach, ale również w Internecie (z wykorzystaniem platform streamingowych) oraz konsumenci uczestniczący w wydarzeniu na żywo tj. na Stadionie Śląskim w Chorzowie (por. nb. 16 decyzji).

(163) Odnośnie do skutków naruszenia - praktyka mogła spowodować stratę finansową po stronie konsumentów, którzy zdecydowali się wziąć udział w konkursie i ponieść koszty jednego SMS-a (3,69 zł). Po wysłaniu ww. wiadomości SMS, która miała charakter zgłoszeniowy, konsumenci nie mieli jakiegokolwiek szansy na wygraną, co czyniło ww. wydatek bezcelowym. Konsumenci z uwagi na wprowadzenie w błąd co do zasad udziału w konkursie sylwestrowym byli również narażeni na poniesienie dodatkowych, niechcianych kosztów z tytułu skorzystania z usługi o podwyższonej opłacie i odpowiedzią na otrzymywane komunikaty SMS, gdyby zdecydowali się grać dalej.

(164) Prezes Urzędu wziął tutaj również pod uwagę znaczą liczbę konsumentów, którzy dokonali zgłoszenia udziału w konkursie przez wysłanie wiadomości SMS o treści „Sylwester” pod numer 7370. Liczba ww. konsumentów wyniosła [xxxxxxxx] osób. Spośród ww. konsumentów część z osób mogła wysłać więcej niż jedną wiadomość SMS z hasłem o treści „Sylwester” (liczba konsumentów, którzy brali udział w finale gry o nagrodę

główną to [xxxxxxxxxxxxx osób]). Dolegliwość praktyki dla interesów ekonomicznych konsumentów znajduje również potwierdzenie w danych obrazujących przychód Spółek z tytułu wyemitowanego na antenie Telewizji Polsat w dniu 31 grudnia 2021 r. konkursu sylwestrowego. Całkowity przychód osiągnięty z ww. tytułu (tj. przychód z wszystkich wiadomości SMS wysłanych przez konsumentów w konkursie) wyniósł [xxxxxxx] zł. Z ww. kwoty [xxxxxxx] zł stanowiło przychód Teleaudio Dwa, a [xxxxxxx] zł stanowiło przychód Telewizji Polsat.

- (165) Poza naruszeniem interesów ekonomicznych skutkiem praktyki mogła być również strata czasu, który konsumenci musieli poświęcić na dalszy udział w konkursie, o ile chcieli mieć szansę na wygraną nagrody głównej. Co również istotne, konsumenci, którzy ostatecznie nie zdecydowali się na udział w konkursie mogli pozostać w błędnym przekonaniu co do zasad konkursu i wysokości uiszczanych z tytułu udziału w nim opłat (w tym pozostać w fałszywym przekonaniu o „łatwej” wygranej i opłacalności udziału w takich konkursach).
- (166) Wymierzając karę, Prezes Urzędu wziął pod uwagę także okres stosowania przez przedsiębiorców praktyki. Praktyka wprowadzająca w błąd trwała od dnia 31 grudnia 2021 r. do 1 stycznia 2022 r., co jest okresem krótkim. Wynika to ze specyfiki wydarzenia, jakim była transmisja audycji koncertów na antenie Telewizji Polsat w trakcie trwania nocy sylwestrowej. Wprowadzające w błąd komunikaty słowno-graficzne dotyczące zasad i kosztów uczestnictwa w sylwestrowej edycji konkursu kierowane były do konsumentów podczas ww. audycji. Było to działanie o charakterze jednorazowym.
- (167) W procesie kalkulacji kary dla Telewizji Polsat Prezes Urzędu wziął ponadto pod uwagę fakt uprzedniego naruszenia ustawy przez ww. przedsiębiorcę (działającego wówczas w formie spółki akcyjnej), stwierdzonego w decyzji DDK-12/2008. W decyzji tej stwierdzono naruszenie polegające na braku informowania konsumentów o zasadach działania *otwartej linii* w konkursie *Halo! Kasa!* poprzez brak zamieszczenia zasad działania *otwartej linii* w regulaminie konkursu *Halo! Kasa!* co naruszało obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 2 uokik, jako obowiązek prowadzenia działalności gospodarczej z poszanowaniem dobrych obyczajów oraz słuszych interesów konsumentów, wynikający z art. 17 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807 ze zm.). Decyzja jest prawomocna.
- (168) Mając na względzie powyżej przedstawione okoliczności, jak również fakt, iż są one w większości tożsame dla Telewizji Polsat oraz Teleaudio Dwa, które ściśle współpracowały przy organizacji konkursu sylwestrowego oraz [xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx], **ustalono jednakową dla obu przedsiębiorców kwotę bazową kary na [xxx] % obrotu osiągniętego w 2022 r.** Z uwagi jednak, iż w przypadku Telewizji Polsat zaszła okoliczność określona w art. 111 ust. 1 uokik, w procesie kalkulacji kary dla Telewizji Polsat Prezes Urzędu **wziął pod uwagę wskazany w ww. przepisie fakt uprzedniego naruszenia ustawy, stwierdzonego w decyzji DDK-12/2008.** Powyższe zadecydowało o podwyższeniu ww. kwoty bazowej dla przedsiębiorcy i ustaleniu ostatecznej wysokości kwoty bazowej kary dla Telewizji Polsat na poziomie [xxx] % obrotu osiągniętego w 2022 r.

- (169) Telewizja Polsat osiągnęła w roku obrotowym 2022 obrót w wysokości [xxxxxxx] zł, a zatem kwota bazowa kary wynosi [xxxxxxx] zł.
- (170) Teleaudio Dwa osiągnęła w roku obrotowym 2022 obrót w wysokości [xxxxxxx] zł, a zatem kwota bazowa kary wynosi [xxxxxxx] zł.
- (171) Ustalając ostateczny wymiar kary pieniężnej nałożonej na Spółki, Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących.
- (172) W niniejszej sprawie w przypadku obu przedsiębiorców tj. Telewizji Polsat oraz Teleaudio Dwa za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał znaczny zasięg terytorialny naruszenia i jego skutków.
- (173) Jak wynika ze zgromadzonego materiału dowodowego, praktyka Spółek związana z prezentacją informacji o konkursie w postaci komunikatów słownych i graficznych kierowanych do konsumentów podczas audycji pt. „Sylwestrowa moc przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia” adresowana były do szerokiego kręgu odbiorców. Adresatami zakwestionowanych zachowań mogli stać się mieszkańcy całego kraju tj. odbiorcy ww. audycji wyemitowanej na antenie Telewizji Polsat (śledzący audycję na kanałach Telewizji Polsat, w internecie oraz na stadionie Śląskim w Chorzowie). W konsekwencji stosowana przez przedsiębiorców praktyka mogły wywrzeć wpływ na sytuację wielu konsumentów.
- (174) Wystąpienie tej przestanki spowodowało podwyższenie kwoty bazowej. W przypadku obydwu przedsiębiorców kwotę bazową należało zwiększyć o [xx] %.
- (175) W ocenie Prezesa Urzędu sam fakt zaniechania stosowania praktyki, o której mowa w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, przed wszczęciem postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów nie stanowi okoliczności łagodzącej w sprawie, jako że data zakończenia stosowania praktyki polegającej na wprowadzeniu w błąd w komunikatach słownych i graficznych w trakcie trwania audycji pt. „Sylwestrowa moc przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia” wyemitowanej na antenie Telewizji Polsat wynikała z faktu zakończenia ww. audycji (wyemitowanej w noc sylwestrową w 2021 r.). Zachowanie zakwestionowane przez Prezesa Urzędu miało charakter jednorazowy. Sam fakt zaniechania zakwestionowanej praktyki nie wynikał zatem z podjętych przez Spółkę w tym zakresie kroków zmierzających do poprawy sytuacji konsumentów.
- (176) Prezes Urzędu przy ustaleniu wysokości kary uwzględnił jednak fakt, iż Spółki w toku prowadzonego postępowania (tj. po jego wszczęciu) zmieniły swoją praktykę w zakresie informowania o warunkach organizowania konkursów (treść regulaminów, komunikaty słowno-graficzne kierowane do konsumentów) z wykorzystaniem usług o podwyższonej opłacie w rozumieniu art. 64 ust. 1 Prawa telekomunikacyjnego i numerów specjalnych (por. nb. 7 decyzji). Tym samym podjęte przez Spółki działania ograniczają ryzyko wystąpienia podobnych zachowań (i wystąpienia ich negatywnych skutków dla konsumentów) w przyszłości. Prezes Urzędu uznał, że w przypadku obu przedsiębiorców uzasadnia to obniżenie kwoty bazowej o [xx] %.
- (177) W związku z tym ustaloną kwotę bazową w przypadku Telewizji Polsat oraz w przypadku Teleaudio Dwa należało zwiększyć łącznie o [xx] %.

- (178) Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyki stwierdzonej w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Telewizję Polsat karę pieniężną w wysokości 5 961 870 zł po zaokrągleniu. Nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się zatem w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik i jednocześnie stanowi [xxxx] % obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2022 r. czyli [xxxx] % kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę. Za stosowanie praktyki stwierdzonej w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Teleaudio Dwa karę pieniężną w wysokości 251 656 zł po zaokrągleniu. Nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się zatem w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik i jednocześnie stanowi [xxxx] % obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2022 r. czyli [xxxx] % kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.
- (179) W ocenie Prezesa Urzędu kary we wskazanej powyżej wysokości spełnią stawiane przed nie cele. Wymierzone kary są również adekwatne do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (180) W tym miejscu szczególną uwagę warto zwrócić na funkcję prewencyjną wymierzonych przez Prezesa Urzędu kar pieniężnych. Jak wynika z orzecznictwa sądowego: *Należy poza tym mieć na uwadze, że kara wymierzana za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów winna być realnie dolegliwa dla przedsiębiorcy, by osiągnęła zamierzony przez ustawodawcę cel<sup>11</sup>. Skuteczna kara to kara, która pozostaje dla przedsiębiorcy dotkliwa. Aby natomiast zachować ten wymóg (...) przy ocenie jej wysokości nie można kierować się nieokreślonymi „obiektywnymi kryteriami”, ale potencjałem ekonomicznym przedsiębiorcy<sup>12</sup>.*
- (181) Wobec powyższego, wymierzenie kar w podanej wyżej wysokości należy uznać za uzasadnione. Nałożenie kar w ww. wysokości przyczyni się bowiem do zachowania należytych standardów przez przedsiębiorców działających na rynku, a w konsekwencji sprawi, iż konsumenci będą mogli poczuć się na nim bezpieczniejsi.

#### **Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji**

- (182) W pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu uznał zachowanie Spółek za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Zachowanie to polegało na wprowadzaniu w błąd co do przebiegu konkursu oraz możliwych do zdobycia na poszczególnych etapach konkursu nagród w sylwestrowej edycji konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” w treści wiadomości SMS kierowanych do konsumentów w trakcie konkursu przez sugerowanie, że odpowiedź na otrzymywane 31 grudnia 2021 r. oraz 1 stycznia 2022 r. SMS-y skutkuje udziałem w finale gry o nagrodę główną bez dodatkowych czynności, w tym konieczności udzielenia odpowiedzi na SMS-a otrzymanego 5 stycznia 2022 r., podczas gdy odpowiedź na ww. wiadomości nie umożliwia udziału w grze o nagrodę główną.

<sup>11</sup> Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie - V Wydział Cywilny z dnia 15 lutego 2013 r., sygn. VI ACa 1113/12, Legalis, nr 776792.

<sup>12</sup> Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (XVII Wydział Sądu Okręgowego w Warszawie) z dnia 15 grudnia 2021 r., sygn. XVII AmA 37/20.



- (183) Zdaniem Prezesa Urzędu wagę naruszenia należy określić jako znaczną.
- (184) Omawiana praktyka odnosi się do etapu wykonywania umowy. Oceniając wagę naruszenia, Prezes Urzędu uwzględnił również skutki, jakie może wywoływać wobec konsumentów.
- (185) W wyniku działań podjętych przez Spółki konsumenci mogli być narażeni na obciążenie dodatkowymi, niechcianymi opłatami z tytułu uczestnictwa w konkursie i odpowiedziami na otrzymywane komunikaty (w wyniku skorzystania z usługi o podwyższonej opłacie). Poza naruszeniem interesów ekonomicznych skutkiem praktyki mogła być również strata czasu i dezinformacja konsumentów. Konsumenci pozbawieni zostali prawa do uzyskania rzetelnych i istotnych informacji dotyczących uczestnictwa w konkursie i otrzymywanych w związku z tym komunikatów.
- (186) W tym miejscu należy zauważyć, iż krąg konsumentów objętych skutkami niniejszej praktyki był inny niż w porównaniu do praktyki, o której mowa w pkt I decyzji, co zostało uwzględnione przy wymierzaniu kary i ustaleniu wysokości kwoty bazowej. Praktyka polegająca na wprowadzaniu w błąd co do przebiegu konkursu oraz możliwych do zdobycia na poszczególnych etapach konkursu nagród w treści wiadomości SMS kierowanych do konsumentów w trakcie konkursu oddziaływała bowiem na tych z konsumentów, którzy dokonali zgłoszenia w konkursie (tj. przestali SMS zgłoszeniowego). Niezależnie od powyższego konsumenci dotknięci praktyką Spółek w dalszym ciągu stanowili jednakże szeroki krąg konsumentów. Dodatkowo Prezes Urzędu uwzględnił fakt, iż potencjalnie każdy konsument - odbiorca transmisji wyemitowanej na antenie Telewizji Polsat, mógł uczestniczyć w konkursie (przesłać SMS zgłoszeniowego) i zostać następnie wprowadzony w błąd w treści wiadomości SMS otrzymywanych od przedsiębiorców.
- (187) W odniesieniu do interesów ekonomicznych konsumentów działania Spółek mogły zmierzać do narażenia konsumentów na obciążenie dodatkowymi, niechcianymi opłatami z tytułu uczestnictwa w konkursie i odpowiedziami na otrzymywane komunikaty (co wiąże się ze skorzystaniem z usługi o podwyższonej opłacie). Dolegliwość praktyki dla interesów ekonomicznych konsumentów, analogicznie jak w przypadku zachowania wskazanego w pkt I.1 decyzji, znajduje również potwierdzenie w danych obrazujących przychód Spółek z tytułu wyemitowanego na antenie Telewizji Polsat w dniu 31 grudnia 2021 r. konkursu sylwestrowego. Całkowity przychód osiągnięty z ww. tytułu wyniósł [xxxxxxx] zł. Z ww. kwoty [xxxxxxx] zł stanowiło przychód Teleaudio Dwa, a [xxxxxxx] zł stanowiło przychód Telewizji Polsat.
- (188) Stosowanie praktyki, o której mowa w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji mogło mieć także wpływ na **interesy pozaekonomiczne** konsumentów w postaci uprawnienia konsumentów do uzyskania rzetelnych i istotnych informacji dotyczących uczestnictwa w konkursie i otrzymywanych w związku z tym komunikatów, bez ryzyka wprowadzenia w błąd. Opisane działanie mogło również powodować stratę czasu (w tym również na wymyślanie odpowiedzi na pytania konkursowe), który konsumenci musieli poświęcić na dalszy udział w konkursie, o ile chcieli mieć szansę na wygraną nagrody głównej.
- (189) Analogicznie do pierwszej ze stwierdzonych decyzją praktyk przy wymiarze kary Prezes Urzędu uwzględnił okres trwania praktyki. Praktyka wprowadzająca w błąd trwała od dnia 31 grudnia 2021 r. do 1 stycznia 2022 r., co jest okresem krótkim. Wynika to ze specyfiki

wydarzenia, jakim była transmisja audycji koncertu na antenie Telewizji Polsat w trakcie trwania nocy sylwestrowej. Wprowadzające w błąd treści wiadomości SMS kierowane do konsumentów, które dotyczyły konkursu miały związek z konkursem zorganizowanym i niejako „wkomponowanym” w ww. wydarzenie sylwestrowe. Było to działanie o charakterze jednorazowym.

- (190) Analogicznie do pierwszej ze stwierdzonych praktyk w procesie kalkulacji kary dla Telewizji Polsat Prezes Urzędu wziął ponadto pod uwagę fakt uprzedniego naruszenia ustawy przez ww. przedsiębiorcę (działającego wówczas w formie spółki akcyjnej), stwierdzonego w decyzji DDK-12/2008. W decyzji tej stwierdzono naruszenie polegające na braku informowania konsumentów o zasadach działania *otwartej linii* w konkursie *Halo! Kasa!* poprzez brak zamieszczenia zasad działania *otwartej linii* w regulaminie konkursu *Halo! Kasa!* co naruszało obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 2 uokik, jako obowiązek prowadzenia działalności gospodarczej z poszanowaniem dobrych obyczajów oraz słuszych interesów konsumentów, wynikający z art. 17 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2004 r. Nr 173, poz. 1807 ze zm.). Decyzja jest prawomocna.
- (191) Mając na względzie powyżej przedstawione okoliczności, jak również fakt, iż są one w większości tożsame dla Telewizji Polsat oraz Teleaudio Dwa, które ściśle współpracowały przy organizacji konkursu sylwestrowego oraz [xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx], **ustalono jednakową dla obu przedsiębiorców kwotę bazową kary na [xx] % obrotu osiągniętego w 2022 r.** Z uwagi jednak, iż w przypadku Telewizji Polsat zaszła okoliczność określona w art. 111 ust. 1 uokik, w procesie kalkulacji kary dla Telewizji Polsat Prezes Urzędu wziął pod uwagę wskazany w ww. art. fakt uprzedniego naruszenia ustawy, stwierdzonego w decyzji DDK-12/2008. Powyższe zadecydowało o podwyższeniu ww. kwoty bazowej i ustaleniu ostatecznej wysokości kwoty bazowej kary dla Telewizji Polsat na poziomie [xx] % obrotu osiągniętego w 2022 r.
- (192) Telewizja Polsat osiągnęła w roku obrotowym 2022 obrót w wysokości [xxxxxxx] zł, a zatem kwota bazowa kary wynosi [xxxxxxx] zł.
- (193) Teleaudio Dwa osiągnęła w roku obrotowym 2022 obrót w wysokości [xxxxxxx] zł, a zatem kwota bazowa kary wynosi [xxxxxxx] zł.
- (194) Ustalając ostateczny wymiar kary pieniężnej nałożonej na Spółki, Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących.
- (195) Na podstawie zgromadzonego w toku postępowania materiału dowodowego za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał znaczny zasięg terytorialny naruszenia i jego skutków.
- (196) Jak wynika ze zgromadzonego materiału dowodowego, adresatami praktyki Spółek mogli stać się mieszkańcy całego kraju tj. odbiorcy ww. audycji wyemitowanej na antenie Telewizji Polsat. W konsekwencji stosowana przez przedsiębiorców praktyka mogły wywrzeć wpływ na sytuację wielu konsumentów.

- (197) Wystąpienie tej przestanki spowodowało podwyższenie kwoty bazowej. W przypadku obydwu przedsiębiorców kwotę bazową należało zwiększyć o [xx] %.
- (198) W ocenie Prezesa Urzędu sam fakt zaniechania stosowania praktyki, o której mowa w pkt II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, przed wszczęciem postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów nie stanowi okoliczności łagodzącej w sprawie. Zachowanie zakwestionowane przez Prezesa Urzędu miało charakter jednorazowy i związane było z konkursem będącym elementem audycji wyemitowanej na antenie Telewizji Polsat. Sam fakt zaniechania zakwestionowanej praktyki nie wynikał zatem z podjętych przez Spółkę w tym zakresie kroków, a związany był z upływem terminu przewidzianego na czas trwania konkursu (wprowadzające w błąd SMS-y otrzymywane były przez konsumentów w dniach 31.12-1.01.2022 r.).
- (199) Prezes Urzędu przy ustaleniu wysokości kary uwzględnił jednak fakt, iż Spółki w toku prowadzonego postępowania (tj. po jego wszczęciu) zmieniły swoją praktykę w zakresie informowania o zasadach i warunkach organizowania konkursów z wykorzystaniem usług o podwyższonej opłacie w rozumieniu art. 64 ust. 1 Prawa telekomunikacyjnego i numerów specjalnych (por. nb. 7 decyzji). Ww. zmiany polegały m.in. na zmodyfikowaniu treści wiadomości SMS kierowanych do konsumentów w związku z uczestnictwem w konkursie na bardziej przejrzystą i jednoznaczną. Tym samym podjęte przez Spółki działania ograniczają ryzyko wystąpienia podobnych zachowań (i wystąpienia ich negatywnych skutków dla konsumentów) w przyszłości. Prezes Urzędu uznał, że w przypadku obu przedsiębiorców uzasadnia to obniżenie kwoty bazowej o [xx] %.
- (200) W związku z tym ustaloną kwotę bazową w przypadku Telewizji Polsat oraz w przypadku Teleaudio Dwa należało obniżyć łącznie o [xx] %.
- (201) Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyki stwierdzonej w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Telewizję Polsat karę pieniężną w wysokości 3 596 048 zł po zaokrągleniu. Nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się zatem w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik i jednocześnie stanowi [xx] % obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2022 r. czyli [xx] % kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę. Za stosowanie praktyki stwierdzonej w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Teleaudio Dwa karę pieniężną w wysokości 136 613 zł po zaokrągleniu. Nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się zatem w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik i jednocześnie stanowi [xx] % obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2022 r. czyli [xx] % kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.
- (202) W ocenie Prezesa Urzędu kary we wskazanej powyżej wysokości spełnią stawiane przed nimi cele. Wymierzone kary są również adekwatne do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów uokik o ochronie konkurencji i konsumentów.
- (203) W tym miejscu szczególną uwagę warto zwrócić na funkcję prewencyjną wymierzonych przez Prezesa Urzędu kar pieniężnych, o czym mowa powyżej.
- (204) Wobec powyższego wymierzenie kar w podanych wyżej wysokościach należy uznać za uzasadnione. Nałożenie kar w ww. wysokości przyczyni się bowiem do zachowania

należytych standardów przez przedsiębiorców działających na rynku, a w konsekwencji sprawi, iż konsumenci będą mogli poczuć się na nim bezpieczniejsi.

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

#### **Koszty postępowania (pkt VI rozstrzygnięcia decyzji)**

(206) Zgodnie z art. 80 uokik, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W sprawach nieuregulowanych w uokik do postępowań przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy kpa (art. 83 uokik). Zgodnie z art. 77 ust. 1 uokik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia oraz osoba zarządzająca, o której mowa w art. 6a, są obowiązani ponieść koszty postępowania.

(207) Zgodnie z art. 263 § 1 kpa, do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Organ administracji publicznej może zaliczyć do kosztów postępowania także inne koszty bezpośrednio związane z rozstrzygnięciem sprawy (art. 263 § 2 kpa). Zgodnie z art. 264 § 1 kpa jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

(208) W wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu w pkt I rozstrzygnięcia decyzji stwierdził, że Spółki naruszyły przepisy uokik w zakresie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stronami postępowania. W związku z powyższym postanowiono obciążyć Telewizję Polsat kosztami postępowania w wysokości 56,00 zł oraz Teleaudio Dwa kosztami postępowania w wysokości 44,80 zł.

(209) Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorcy obowiązani są wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

## Pouczenie

- (210) Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tj. Dz.U. z 2023 r. poz. 1550, dalej jako „kpc”) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
- (211) Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2023 r. poz. 1144, dalej jako: „uksc”), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.
- (212) W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt VI rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 264 § 2 kpa w zw. z art. 83 uokik oraz stosownie do art. 81 ust. 5 uokik w związku z 479<sup>32</sup> § 1 i § 2 kpc, przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.
- (213) Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 2 uksc zażalenie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł.
- (214) Zgodnie z art. 103 ust. 1 uksc sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki (art. 103 ust. 2 uksc).
- (215) Zgodnie z art. 105 ust. 1 uksc wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.
- (216) Stosownie do treści art. 117 § 1 kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Jednocześnie art. 117 § 3 kpc stanowi, że osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaze, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Zgodnie z art. 117 § 4 zd. 1 kpc wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

z upoważnienia  
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
Zastępca Dyrektora Departamentu  
Ochrony Zbiorowych Interesów Konsumentów  
Katarzyna Araczevska



## Załączniki

- 1) Spis treści
- 2) Wersja jawna decyzji

## Otrzymują:

1. **Teleaudio DWA Sp. z o.o. Sp. k.**  
Aleja Stanów Zjednoczonych 61  
04-028 Warszawa  
*reprezentowana przez:*  
[xxxxxxx]
2. **Telewizja Polsat Sp. z o.o.**  
ul. Ostrobramska 77  
04-175 Warszawa  
*reprezentowana przez:*  
[xxxxxxx]  
[xxxxxxx]
3. a/a

**Załącznik 1**  
**Struktura uzasadnienia decyzji**

Spis treści	
<b>Uwagi wstępne</b> .....	9
<b>Stanowisko Spółek i propozycja zobowiązania</b> .....	10
<b>Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny</b> .....	12
<b>Sylwestrowa edycja konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe”</b> .....	13
<b>Zasady uczestnictwa w edycji sylwestrowej konkursu „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe”</b> .....	15
<b>Regulaminy</b> .....	15
<b>Przebieg konkursu i nagrody</b> .....	17
<b>Treść komunikatów SMS otrzymywanych przez konsumentów w związku z konkursem sylwestrowym</b> .....	20
<b>Schemat (opracowanie własne UOKiK)</b> .....	22
<b>Scenariusz audycji pt. „Sylwestrowa moc przebojów 2021 - Sylwester Szczęścia”</b> .....	22
<b>Komunikaty słowne i graficzne dotyczące edycji sylwestrowej konkursu SMS „Wygraj 100 000 zł lub auto oraz nagrody dodatkowe” kierowane do konsumentów podczas audycji</b> .....	23
<b>Dane liczbowe oraz przychód osiągnięty przez Spółki w związku z emisją konkursu</b> ....	26
Obrót osiągnięty przez Telewizję Polsat oraz Teleaudio Dwa w 2022 r. ....	27
<b>Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.</b> .....	27
Naruszenie interesu publicznego .....	27
Naruszenie zakazu określonego w art. 24 uokik .....	28
Status przedsiębiorcy.....	29
Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami.....	29
Model przeciętnego konsumenta .....	30
Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów .....	38
Środki usunięcia trwających skutków naruszenia (pkt II-IV rozstrzygnięcia decyzji).....	40
Nałożenie przez Prezesa Urzędu kary pieniężnej (pkt V rozstrzygnięcia decyzji) .....	42
Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji.....	44
Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji.....	48
Koszty postępowania (pkt VI rozstrzygnięcia decyzji) .....	52
Pouczenie.....	53