



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

ADAM JASSER

DDK-61-29/13/AB

Wersja niezawierająca tajemnicy przedsiębiorstwa [***]

Warszawa, dn. 30 grudnia 2015 r.

DECYZJA nr DDK 29/2015

I. 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 (j.t. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. 2014 r., poz. 945), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działanie Novum Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie polegające na składaniu konsumentom, w trakcie rozmów telefonicznych, propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, bez uprzedniej zgody konsumenta na posłużenie się telefonem w celu złożenia propozycji zawarcia umowy, co stanowi naruszenie art. 6 ust. 3 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (j.t. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i stwierdza zaniechanie jej stosowania dniem 16 maja 2014 r.

II. 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 (j.t. Dz. U. z 2015, poz. 184 ze zm.) w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. 2014 r., poz. 945), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działanie Novum Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie polegające na przekazywaniu konsumentom w trakcie rozmów telefonicznych nieprawdziwych lub wprowadzających konsumentów w błąd informacji dotyczących oferty Novum S.A. poprzez stosowanie jednego lub kilku spośród niżej wymienionych zachowań:

1) informowanie konsumenta, poprzez posłużenie się formułą twierdzenia, zamiast formułą propozycji (np. „uprzejmie informuję, iż obniżam panu abonament za telefon stacjonarny”, „obniżamy na stałe wszystkim abonamenty telefoniczne”, „kontaktuję się z informacją, że od nowego miesiąca rozliczeniowego będą zmienione opłaty abonamentowe na telefony stacjonarne”), że będzie on uiszczal niższą opłatę z tytułu usług telekomunikacyjnych z jednoczesnym zastrzeżeniem, że jest to proces automatyczny, do którego dojścia do skutku wymagane jest wyłącznie podanie przez konsumenta danych osobowych oraz numeru ewidencyjnego z faktury wystawionej przez dotychczasowego operatora, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd, że prezentowana oferta dotyczy obniżenia opłaty abonamentowej w ramach obowiązującej umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym operatorem i jest przejawem jednostronnego działania drugiej strony umowy;

2) używanie sformułowań opisujących przedmiot składanej konsumentowi oferty jako „obniżka abonamentu”, „aktywacja abonamentu”, „dostarczenie abonamentu”, „przygotowanie zamówienia na abonament” „wszelkie formalności związane ze zmianą abonamentu”, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd, że prezentowana oferta dotyczy obniżenia opłaty abonamentowej lub zmiany abonamentu w ramach obowiązującej umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym operatorem;

3) zadawanie szeregu pytań dotyczących łączącej konsumenta z dotychczasowym operatorem umowy (długość okresu obowiązywania, rodzaj łącza, plan taryfowy, z którego konsument obecnie korzysta), a następnie informowanie, że „wszystko się zgadza” i konsumentowi „przysługuje” obniżenie abonamentu, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd, że prezentowana oferta dotyczy obniżenia opłaty abonamentowej w ramach obowiązującej umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym operatorem;

4) wskazywanie, iż pobrane od konsumenta w trakcie prowadzonej rozmowy telefonicznej dane osobowe, w szczególności numer PESEL, są prawidłowe lub zgadzają się z informacjami znajdującymi się w wewnętrznym systemie, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd, że oferta prezentowana jest przez dotychczasowego operatora w ramach obowiązującej umowy;

5) wskazywanie, że obniżenie abonamentu jest efektem nowej procedury, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd, że prezentowana oferta dotyczy obniżenia opłaty abonamentowej w ramach obowiązującej umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym operatorem;

6) czytanie konsumentowi przez konsultanta oświadczenia o rozwiązaniu umowy z dotychczasowym operatorem w sposób bardzo szybki i niezrozumiały albo łączenie go z oświadczeniami dotyczącymi wyrażenia zgody na ochronę danych osobowych, a w podsumowaniu pomijanie treści tego pierwszego, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd w zakresie podmiotu, którego dotyczy prezentowana w czasie rozmowy telefonicznej oferta;

7) w przypadku posiadania przez konsumenta odrębnej umowy o świadczenie usługi dostępu do Internetu i pytania o dostępne promocje dotyczące tej usługi – informowanie, iż konsultant jest pracownikiem działu sprzedaży, a w celu renegotjowania umowy o świadczenie usługi dostępu do Internetu należy skontaktować się z innym działem (konsultant podaje nr telefonu

na infolinię TP), co mogło wprowadzać konsumenta w błąd, że oferta prezentowana jest przez dotychczasowego operatora w ramach obowiązującej umowy;

8) szybkie i niewyraźne wypowiedzianie nazwy Novum S.A., co mogło wprowadzać konsumenta w błąd w zakresie podmiotu, którego dotyczy prezentowana w czasie rozmowy telefonicznej oferta;

9) informowanie, że Novum S.A. jest polskim operatorem, przy jednoczesnym zaznaczeniu, iż Telekomunikacja Polska S.A. lub wszyscy jej klienci zostali „wykupieni” przez francuskiego operatora Orange lub, że doszło do połączenia tych podmiotów, co stanowi informację nieprawdziwą;

10) zapewnianie, po uzyskaniu od konsumenta informacji, że korzysta on z usług Telekomunikacji Polskiej S.A., że w związku z tym konsument może skorzystać z obniżenia opłaty abonamentowej, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd, że prezentowana oferta dotyczy obniżenia opłaty abonamentowej w ramach obowiązującej umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym operatorem;

11) niewyprowadzanie konsumenta z błędnego przeświadczenia lub utwierdzanie go w nim, jakoby dzwoniący konsultant był pracownikiem dotychczasowego operatora;

co stanowi naruszenie art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (j.t. Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 2 stycznia 2014 r.

III. Na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 w zw. z art. 27 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. 2014 r., poz. 945), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada** na Novum Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie:

- 1) **obowiązek publikacji niniejszej decyzji w całości**, na koszt Novum Spółka Akcyjna, na stronie internetowej tego przedsiębiorcy (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa www.t-novum.pl), w ciągu 30 (trzydziestu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji w ten sposób, że odnośnik do treści decyzji powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywania jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 1 (jednego) miesiąca od daty opublikowania na stronie internetowej;
- 2) **obowiązek publikacji pkt II sentencji niniejszej decyzji**, na koszt Novum Spółka Akcyjna w czasopiśmie „Fakt” lub „SuperExpress”, w module obejmującym co najmniej 25% strony, czcionką nie mniejszą niż 11 (jedenaście) punktów, w ciągu 60 (sześćdziesięciu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji.

IV. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (j.t. Dz. U. 2015 r. poz. 184 ze zm.) w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945), **Prezes Urzędu Ochrony**

Konkurencji i Konsumentów nakłada na Novum Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie płatną do budżetu państwa karę pieniężną w wysokości:

1) **47 689 złotych** (słownie: czterdzieści siedem tysięcy sześćset osiemdziesiąt dziewięć złotych) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji;

2) **433 534 złotych** (słownie: czterysta trzydzieści trzy tysiące pięćset trzydzieści cztery złote) tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji;

V. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (j.t. Dz. U. 2015 r. poz. 184) w zw. z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945), oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (j.t. Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obciąża się Novum Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie kosztami przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie **82,60 złotych** (słownie: osiemdziesiąt dwa złote sześćdziesiąt groszy) w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na podstawie art. 48 ust. 1 i 2 pkt 2 i 5 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (j.t. Dz. U. z 2015 r. poz. 184. ze zm.), dalej „uokik”, przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia czy Telekomunikacja Novum S.A. z siedzibą w Warszawie (obecnie Novum S.A., dalej jako „Novum” lub „Spółka”) dopuściła się naruszenia przepisów uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów lub naruszenia chronionych prawem interesów konsumentów, uzasadniającego podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach, w związku ze składaniem konsumentom propozycji zawarcia umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz zawieraniem tych umów poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość (sygn. akt DDK-405-43/12/AH/AB) oraz postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia czy Novum S.A. z siedzibą w Warszawie dopuściła się naruszenia przepisów uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów lub naruszenia chronionych prawem interesów konsumentów, uzasadniającego podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach, w związku ze składaniem konsumentom propozycji zawarcia umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych w ramach modelu sprzedaży własnej oraz zawieraniem tych umów poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość (sygn. akt DDK-405-72/13/AB).

Ustalenia dokonane w toku postępowań wyjaśniających o sygn. akt DDK-405-43/12/AH/AB oraz DDK-405-72/13/AB oraz zgromadzony w ich toku materiał dowodowy uzasadniały wszczęcie postępowania w sprawie stosowania przez Novum praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W dniu 31 grudnia 2013 r. Prezes Urzędu postanowił o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania przez Novum praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

I. składaniu konsumentom, w trakcie rozmów telefonicznych, propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, bez uprzedniej zgody konsumenta na posłużenie się telefonem w celu złożenia propozycji zawarcia umowy, co mogło naruszać art. 6 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2000 r. Nr 22, poz. 271 ze zm.), dalej jako „uonpk”, oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów;

II. przekazywaniu konsumentom w trakcie rozmów telefonicznych nieprawdziwych lub wprowadzających konsumentów w błąd informacji dotyczących oferty Novum poprzez stosowanie jednego lub kilku spośród niżej wymienionych zachowań:

1) informowanie konsumenta, poprzez posłużenie się formułą twierdzenia, zamiast formułą propozycji (np. „uprzejmie informuję, iż obniżam panu abonament za telefon stacjonarny”, „obniżamy na stałe wszystkim abonamenty telefoniczne”, „kontaktuję się z informacją, że od nowego miesiąca rozliczeniowego będą zmienione opłaty abonamentowe na telefony stacjonarne”), że będzie on uiszczał niższą opłatę z tytułu usług telekomunikacyjnych z jednoczesnym zastrzeżeniem, że jest to proces automatyczny, do którego dojścia do skutku wymagane jest wyłącznie podanie przez konsumenta danych osobowych oraz numeru ewidencyjnego z faktury wystawionej przez dotychczasowego operatora, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd, że prezentowana oferta dotyczy obniżenia opłaty abonamentowej w ramach obowiązującej umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym operatorem i jest przejawem jednostronnego działania drugiej strony umowy;

2) używanie sformułowań opisujących przedmiot składanej konsumentowi oferty jako „obniżka abonamentu”, „aktywacja abonamentu”, „dostarczenie abonamentu”, „przygotowanie zamówienia na abonament” „wszelkie formalności związane ze zmianą abonamentu”, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd, że prezentowana oferta dotyczy obniżenia opłaty abonamentowej lub zmiany abonamentu w ramach obowiązującej umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym operatorem;

3) zadawanie szeregu pytań dotyczących łączącej konsumenta z dotychczasowym operatorem umowy (długość okresu obowiązywania, rodzaj łącza, plan taryfowy, z którego konsument obecnie korzysta), a następnie informowanie, że „wszystko się zgadza” i konsumentowi „przysługuje” obniżenie abonamentu, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd, że prezentowana oferta dotyczy obniżenia opłaty abonamentowej w ramach obowiązującej umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym operatorem;

4) wskazywanie, iż pobrane od konsumenta w trakcie prowadzonej rozmowy telefonicznej dane osobowe, w szczególności numer PESEL, są prawidłowe lub zgadzają się z informacjami znajdującymi się w wewnętrznym systemie, co mogło wprowadzać

konsumenta w błąd, że oferta prezentowana jest przez dotychczasowego operatora w ramach obowiązującej umowy;

5) wskazywanie, że obniżenie abonamentu jest efektem nowej procedury, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd, że prezentowana oferta dotyczy obniżenia opłaty abonamentowej w ramach obowiązującej umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym operatorem;

6) czytanie konsumentowi przez konsultanta oświadczenia o rozwiązaniu umowy z dotychczasowym operatorem w sposób bardzo szybki i niezrozumiały albo łączenie go z oświadczeniami dotyczącymi wyrażenia zgody na ochronę danych osobowych, a w podsumowaniu pomijanie treści tego pierwszego, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd w zakresie podmiotu, którego dotyczy prezentowana w czasie rozmowy telefonicznej oferta;

7) w przypadku posiadania przez konsumenta odrębnej umowy o świadczenie usługi dostępu do Internetu i pytania o dostępne promocje dotyczące tej usługi – informowanie, iż konsultant jest pracownikiem działu sprzedaży, a w celu renegotjowania umowy o świadczenie usługi dostępu do Internetu należy skontaktować się z innym działem (konsultant podaje nr telefonu na infolinię TP), co mogło wprowadzać konsumenta w błąd, że oferta prezentowana jest przez dotychczasowego operatora w ramach obowiązującej umowy;

8) szybkie i niewyraźne wypowiedzianie nazwy Novum S.A., co mogło wprowadzać konsumenta w błąd w zakresie podmiotu, którego dotyczy prezentowana w czasie rozmowy telefonicznej oferta;

9) informowanie, że Novum S.A. jest polskim operatorem, przy jednoczesnym zaznaczeniu, iż Telekomunikacja Polska S.A. lub wszyscy jej klienci zostali „wykupieni” przez francuskiego operatora Orange lub, że doszło do połączenia tych podmiotów, co stanowi informację nieprawdziwą;

10) zapewnianie, po uzyskaniu od konsumenta informacji, że korzysta on z usług Telekomunikacji Polskiej S.A., że w związku z tym konsument może skorzystać z obniżenia opłaty abonamentowej, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd, że prezentowana oferta dotyczy obniżenia opłaty abonamentowej w ramach obowiązującej umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym operatorem;

11) niewyprowadzanie konsumenta z błędnego przeświadczenia lub utwierdzanie go w nim, jakoby dzwoniący konsultant był pracownikiem dotychczasowego operatora;

co mogło naruszać art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (j.t. Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.), dalej jako „uznk”, oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Ponadto, Prezes Urzędu postanowił o zaliczeniu w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu określonych dokumentów i materiałów zgromadzonych w trakcie postępowania wyjaśniającego o sygn. akt DDK-405-43/12/AH/AB oraz postępowania wyjaśniającego o sygn. akt DDK-405-72/13/AB.

W celu dokonania ustaleń stanu faktycznego sprawy, Prezes Urzędu wzywał Spółkę w toku prowadzonych postępowań do przekazania informacji i dokumentów, a także do przekazania stanowiska w sprawie w pismach z dnia 19 września 2012 r., 14 listopada 2012

r., 13 marca 2013 r., 24 kwietnia 2013 r. (postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-43/12/AH/AB), dnia 29 lipca 2013 r., 13 sierpnia 2013 r., 17 września 2013 r., 27 września 2013 r. (2 pisma), 16 października 2013 r., 25 października 2013 r. oraz 29 października 2013 r. (postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-72/13/AB), 31 grudnia 2013 r., 28 marca 2014 r., 11 września 2014 r., 30 września 2014 r., 26 listopada 2014 r., 4 lutego 2015 r., 9 czerwca 2015 r., 7 lipca 2015 r., 14 sierpnia 2015 r., 5 listopada 2015 r. oraz 16 grudnia 2015 r. (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów o sygn. akt DDK-61-29/13/AB).

W toku prowadzonych postępowań Novum przekazała żądane informacje i dokumenty bądź przekazywała stanowisko w sprawie w pismach z dnia 12 października 2012 r., 30 listopada 2012 r., 3 kwietnia 2013 r., 9 maja 2013 r. (postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-43/12/AH/AB), 8 sierpnia 2013 r., 16 sierpnia 2013 r. oraz 23 sierpnia 2013 r., 26 września 2013 r. 8 października 2013, 28 października 2013 r., 4 listopada 2013 r. oraz 6 listopada 2013 r. (postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-72/13/AB), 24 stycznia 2014 r., 7 lutego 2014 r., 14 kwietnia 2014 r., 1 października 2014 r., 9 października 2014 r., 10 października 2014 r., 2 grudnia 2014 r., 4 grudnia 2014 r., 29 grudnia 2014 r., 19 lutego 2014 r. oraz 31 marca 2015 r., 17 czerwca 2015 r., 23 lipca 2015 r. oraz 27 lipca 2015 r., 7 sierpnia 2015 r., 11 sierpnia 2015 r., 13 sierpnia 2015 r., 18 sierpnia 2015 r., 20 sierpnia 2015 r., 24 sierpnia 2015 r., 26 sierpnia 2015 r., 7 września 2015 r., 18 listopada 2015 r., 4 grudnia 2015 r., 14 grudnia 2015 r. oraz 21 grudnia 2015 r. (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów o sygn. akt DDK-61-29/13/AB).

W toku postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Spółka przedstawiła propozycję zobowiązania w rozumieniu art. 28 uokik w piśmie z dnia 7 lutego 2014 r. Następnie Spółka modyfikowała przedstawioną propozycję w pismach z dnia 14 kwietnia 2014 r., 2 grudnia 2014 r., 4 grudnia 2014 r. oraz 31 marca 2015 r. Ostateczną propozycję zobowiązania, która zastąpiła dotychczasowe, Spółka przedstawiła w piśmie z dnia 17 czerwca 2015 r.

[***]

Prezes Urzędu dokonał oceny przedstawionej przez Spółkę propozycji zobowiązania i uznał, że nie spełnia ona przesłanek wydania decyzji zobowiązującej w rozumieniu art. 28 uokik. Prezes Urzędu wyrażał swoje stanowisko w odniesieniu do złożonej przez Novum propozycji zobowiązania w pismach z dnia 28 marca 2014 r., 30 września 2014 r., 26 listopada 2014 r., 9 czerwca 2015 r. oraz 7 lipca 2015 r.

Spółka złożyła wnioski dowodowe w pismach z dnia 29 grudnia 2014 r., 13 sierpnia 2015 r., 18 sierpnia 2015 r. oraz 14 grudnia 2015 r.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (dalej „kpa”) pismem z dnia 27 listopada 2015 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu postępowania dowodowego, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy. W dniu 7 grudnia 2015 r. z aktami sprawy zapoznał się pełnomocnik Spółki.

W piśmie z dnia 14 grudnia 2015 r. Novum przedstawiła swoje stanowisko w sprawie wraz z wnioskami dowodowymi. Spółka zarzuciła Prezesowi Urzędu dokonanie dowolnej oceny materiału dowodowego zgromadzonego w sprawie, co w ocenie Prezesa Urzędu jest

zarzutem przedwczesnym, gdyż w dopiero w decyzji kończącej postępowanie organ w sposób kategoryczny wypowiada się o okolicznościach stanowiących podstawę rozstrzygnięcia, dokonując ich oceny. Zgodnie bowiem z art. 107 § 3 kpa uzasadnienie faktyczne decyzji powinno w szczególności zawierać wskazanie faktów, które organ uznał za udowodnione, dowodów, na których się oparł oraz przyczyn, dla których innym dowodom odmówił wiarygodności i mocy dowodowej. Tym samym, mając na uwadze, że w chwili formułowania przez Spółkę wskazanego powyżej zarzutu nie istniało rozstrzygnięcie, przy którego wydawaniu organ mógł się dopuścić naruszenia art. 233 § 2 Kodeksu postępowania cywilnego, postawiony przez Spółkę na tym etapie postępowania zarzut należy uznać za niedopuszczalny.

W przedmiotowym piśmie Spółka zgłosiła również szereg wniosków dowodowych. W ocenie Prezesa Urzędu zgłaszanie przez Spółkę wniosków dowodowych, których merytoryczne uzasadnienie powołania wynika wprost z treści postanowienia o wszczęciu niniejszego postępowania po upływie blisko dwóch lat od wszczęcia postępowania, przy jednoczesnym uwzględnieniu okoliczności, że w toku postępowania nie wyszły na jaw żadne nowe okoliczności, które wymagałyby dodatkowych ustaleń, należy uznać za zmierzające do przedłużenia postępowania.

W piśmie z dnia 21 grudnia 2015 r. Spółka wniosła o zawieszenie prowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów do czasu zajęcia przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej, dalej jako "Prezes UKE", stanowiska będącego efektem dyskusji na temat stosowania art. 172 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (j.t. Dz. U. z 2014 r., poz. 243 ze zm., dalej jako „Pt”), prowadzonej z udziałem przedstawicieli rynku telekomunikacyjnego, konsumentów oraz przedstawicieli organów administracji publicznej, w tym Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W ocenie Prezesa Urzędu ww. wniosek nie zasługiwał na uwzględnienie z uwagi na to, że prowadzona z przedstawicielami sektora prywatnego wymiana poglądów, mająca na celu także wyjaśnienie wątpliwości związanych z praktycznym stosowaniem art. 172 Pt nie stoi na przeszkodzie równoległemu prowadzeniu przez organ ochrony konkurencji i konsumentów działań w zakresie swoich ustawowych kompetencji mających na celu ochronę konsumentów przed praktykami naruszającymi ich interesy, tym bardziej, że w niniejszej sprawie – w zakresie praktyki wskazanej w pkt I rozstrzygnięcia decyzji - Prezes Urzędu wypowiada się władczo jedynie w odniesieniu do praktyk Novum stanowiących naruszenie na gruncie art. 6 ust. 3 uonpk, nie odnosząc się do oceny ich zgodności z przepisem art. 172 Pt.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił, co następuje.

Novum S.A. (dawniej Telekomunikacja Novum S.A.) z siedzibą w Warszawie została zarejestrowana w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla M. st. Warszawy w Warszawie pod numerem 0000368094. Spółka wykonuje działalność telekomunikacyjną na terenie całego kraju na podstawie zaświadczenia o wpisie do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych wydanego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej pod numerem 9324.

Novum S.A. rozpoczęła działalność na rynku usług telekomunikacyjnych pod nazwą Telekomunikacja Novum Sp. z o.o. w sierpniu 2007 r. W dniu 15 października 2010 r. doszło do zmiany formy organizacyjnej – przekształcenia Telekomunikacji Novum Sp. z o.o. w Telekomunikację Novum Spółka Akcyjna. W styczniu 2013 r. Telekomunikacja Novum S.A. na podstawie uzyskanej od Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki koncesji wprowadziła do swojej oferty rynkowej sprzedaż energii elektrycznej. W dniu 28 czerwca 2013 r. Spółka zmieniła nazwę na Novum S.A. Od tego momentu Spółka rozpoczęła sprzedaż pakietową, łącząc abonament za telefon stacjonarny i energię elektryczną.

W toku postępowania ustalono, że Spółka zawierała z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w sieci stacjonarnej w oparciu o usługę WLR. Usługa WLR to usługa hurtowego dostępu do sieci Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie. Spółka składała konsumentom propozycje zawarcia umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych [***] (pismo Spółki z dnia 9 maja 2013 r., postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-43/12/AH/AB).

Jednym z kanałów służących komunikacji z konsumentem w celu zaprezentowania oferty Spółki były telefoniczne rozmowy sprzedażowe. Do momentu wejścia w życie ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz. 827, dalej „upk”) w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej konsumentowi była składana propozycja zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez Novum, przedstawiane były warunki proponowanej umowy, pobierane dane identyfikujące konsumenta potrzebne do sporządzenia zamówienia na usługę WLR składanego przez Novum do dotychczasowego dostawcy usług konsumenta, jak również zgoda konsumenta na przetwarzanie jego danych osobowych przez Novum. Jeżeli w wyniku przeprowadzonej rozmowy konsument wyraził zainteresowanie ofertą Spółki, konsumentowi takiemu dostarczany był przez przedstawiciela Novum komplet dokumentów składających się na umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych. [***] (pisma Spółki z 16 sierpnia 2013 r., 26 września 2013 r., 28 października 2013 r., postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-72/13/AB).

[***] (pismo Spółki z dnia 19 lutego 2015 r.). Po zmianie przepisów regulujących zawieranie umów na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa na skutek wejścia w życie ustawy o prawach konsumenta, rozmowa telefoniczna ma na celu wyłącznie umówienie spotkania z przedstawicielem handlowym Spółki (pismo Spółki z dnia 31 marca 2015 r.). [***]. (pismo Spółki z dnia 27 lipca 2015 r.).

W toku postępowania ustalone zostało, że [***]. Dane dotyczące nazwy miasta (odpowiadające nazwom central telefonicznych), numeru kierunkowego i zakresu numeracji udostępniane są na stronie internetowej Urzędu Komunikacji Elektronicznej. [***] (pismo Spółki z dnia 23 sierpnia 2013 r., pismo Spółki z dnia 28 października 2013 r., postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-72/13/AB; pismo z dnia 27 lipca 2015 r.). Prezes Urzędu ustalił ponadto, iż [***] (pismo Spółki z dnia 8 października 2013 r., postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-72/13/AB; pismo Spółki z dnia 27 lipca 2015 r.).

Prezes Urzędu ustalił zasięg terytorialny aktywności sprzedażowej Novum w oparciu o uzyskany w toku prowadzonego postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów materiał dowodowy w postaci nagrań telefonicznych rozmów sprzedażowych oraz przekazanej przez Novum listy gmin, w których Spółka zawarła

przynajmniej jedną umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych (załącznik nr 2 do pisma Spółki z dnia 19 lutego 2015 r.).

[***]. Poniżej przedstawione zostało zestawienie 40 przykładowych rozmów odbytych z konsumentami przez konsultantów call center Novum. Telefoniczne rozmowy sprzedażowe przedstawione w tabeli zostały przekazane w odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu z dnia 29 lipca 2013 r. do przekazania nagrań telefonicznych rozmów sprzedażowych z konsumentami przeprowadzonych w ramach modelu sprzedaży własnej w następujących dniach: 16 października 2012 r., 16 listopada 2012 r., 17 grudnia 2012 r., 17 stycznia 2013 r., 20 lutego 2013 r., 20 marca 2013 r. (postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-72/13/AB). Zestawienie ma na celu zobrazowanie zasięgu terytorialnego działalności Spółki – jak wynika z tabeli telefoniczne rozmowy sprzedażowe zostały przeprowadzone z konsumentami mającymi miejsce zamieszkania w różnych częściach Polski.

[***]

Na podstawie analizy przekazanych przez Novum skryptów telefonicznych rozmów sprzedażowych (załączniki do pisma Spółki z dnia 26 września 2013 r., postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-72/13/AB) oraz nagrań tych rozmów (przekazanych przez Spółkę w załączeniu do pism z dnia 12 października 2012 r., 30 listopada 2012 r., 3 kwietnia 2013 r., 9 maja 2013 r., postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-43/12/AH/AB, oraz z dnia 8 sierpnia 2013 r., postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-72/13/AB), jak również treści stanowiska przedstawionego przez Spółkę w piśmie z dnia 28 października 2013 r. (postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-72/13/AB), w którym Spółka wskazała, że art. 6 ust. 3 uonpk dotyczy wyłącznie reżimu związanego z umowami zawieranymi na odległość, co oznacza, że w przypadku umów zawieranych w modelu poza lokalem przedsiębiorstwa (wszystkie umowy zawarte z konsumentami, których dotyczyło wezwanie, na które Novum odpowiadała pismem z dnia 28 października 2013 r.) nie była wymagana uprzednia zgoda konsumentów na posłużenie się telefonem w celu złożenia propozycji zawarcia umowy, Prezes Urzędu ustalił, iż [***], jak również, że pytanie takie nie padało w praktyce przeprowadzania telefonicznych rozmów sprzedażowych.

Jako załącznik nr 1 do pisma z dnia 19 lutego 2015 r. Spółka przekazała aktualny skrypt telefonicznej rozmowy sprzedażowej, wskazując, że datą początkową jego obowiązywania jest dzień [***]. Prezes Urzędu ustalił, że w jego treści znajduje się pytanie:

[***].

Spośród przekazanych telefonicznych rozmów sprzedażowych wyodrębniono te, które zostały przeprowadzone w ramach [***]. Wszystkie cytaty pochodzące z rozmów sprzedażowych wykorzystane w decyzji dotyczą rozmów telefonicznych przeprowadzonych w ramach [***].

Jak ustalił Prezes Urzędu schemat telefonicznej rozmowy sprzedażowej wynikający ze skryptu telefonicznej rozmowy sprzedażowej przedstawiał się w następujący sposób.

[***] (ustalone w oparciu o treść czterech skryptów przekazanych jako załączniki do pisma Spółki z dnia 26 września 2013 r., postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-72/13/AB).

Niezależnie od powyższego, Prezes Urzędu ustalił również przebieg telefonicznej rozmowy sprzedażowej w oparciu o przekazane w toku postępowania nagrania tych rozmów. Zasadniczo schemat takiej rozmowy prezentował się w sposób następujący. Na początku konsultant informował, że dzwoni z Telekomunikacji Novum, przy czym drugi człon nazwy Spółki – „Novum” wypowiedziany był często w sposób bardzo szybki i niewyraźny, mogący znacząco utrudniać jej zrozumienie (rozmowa nr 1; rozmowa nr 32). Następnie w wielu przypadkach konsultant upewniał się, że rozmawia z osobą będącą stroną umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na numerze KNA, pod który dzwonił (np. *Rozumiem, że rozmawiam z właścicielką tego telefonu.* - rozmowa nr 38) bądź też od razu informował konsumenta o celu, w jakim się z nim kontaktuje, co następowało w różnoraki sposób (*Kontaktuję się z panią, ponieważ od 1 stycznia obniżamy na stałe abonamenty telefoniczne, tylko chciałam się zapytać, czy płaci pani rachunki powyżej 50 zł czy niższe?* – rozmowa nr 22; (...) *Uprzejmie informuję, iż obniżamy Państwu abonament za telefon stacjonarny i teraz stały abonament będzie w kwocie tylko 35,90 już z VAT-em.* (...) *Umowę macie państwo na czas nieokreślony, tak?* – rozmowa nr 10; *Uprzejmie informuję, że obniżamy Państwu abonament za telefon stacjonarny* – rozmowa nr 11). W znaczącej części rozmów propozycja zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z Novum przybierała formę informacji lub stwierdzenia, że w najbliższym czasie dojdzie do obniżenia kosztów miesięcznych zobowiązań konsumenta z tytułu opłaty abonamentowej (*Chciałam poinformować, że będzie obniżony abonament za telefon* (...) – rozmowa nr 25; *Ja dzwonię z informacją, że od marca będzie obniżona opłata abonamentowa za telefon* – rozmowa nr 32; *Dzwonię do Pani, ponieważ z nowym okresem rozliczeniowym obniżamy na stałe cenę abonamentu* – rozmowa nr 33). Kolejne pytania zadawane przez konsultantów zmierzały do ustalenia, czy konsument jest stroną umowy zawartej na czas nieoznaczony czy też oznaczony (jeśli tak, to do kiedy umowa ta miała obowiązywać) oraz jakie koszty z tytułu tej umowy konsument aktualnie ponosi. W trakcie rozmowy konsultant informował również, że do skorzystania z oferty wystarczające jest podanie numeru ewidencyjnego z faktury za usługi telekomunikacyjne oraz numeru PESEL, przy czym przyjęty przez konsultanta sposób przekazywania tej informacji zasadniczo opierał się o dokonywanie opisu oferty z wykorzystaniem takich sformułowań jak *sporządzenie zamówienia* (rozmowa nr 13) czy *aktywacja abonamentu* (rozmowa nr 12).

W prowadzonych z konsumentami rozmowach często pojawiała się także nawiązanie do dotychczasowego operatora i jego oferty, zobrazowane na przedstawionych poniżej, wybranych fragmentach rozmów sprzedażowych:

Call Center (dalej jako „CC”): (...) *Dzwonię, żeby panu abonament telefoniczny obniżyć* (...). *Pan ma obecnie umowę taką już stałą, na czas nieokreślony, tak?* (...)

Klient (dalej jako „K”): *Mam teraz plan domowy tani CC: Ten 46 zł pewnie, tak?* (...)

CC: *To tutaj następny byłby abonament 39,90 z VAT-em, gdzie jest 100 minut lub następny jest 45,90, gdzie jest 180 minut* (...). *To z tego rachunku za telefon będzie potrzebny numer ewidencyjny klienta, po prawej stronie pisze faktura VAT* (...) *pod tym jest pana imię, nazwisko, adres* (...)

K: *Wiem, że Orange ma w tej chwili promocję też na Internet* (...)

CC: *Proszę pana, Internet to jest oddzielna usługa, ja tutaj dzwonię z działu sprzedaży, chodzi o telefon, jeśli chce pan coś z Internetem, to musi pan zadzwonić na 0801505505 (to numer do kontaktu z operatorem Orange – przypis Prezesa Urzędu).*

(rozmowa nr 21).

CC: *Proszę Pani, a przeczyta mi Pani, po lewej stronie na fakturze co pisze, sprzedawca jaki jest?*

K: *Telekomunikacja Polska.*

CC: *No właśnie, to proszę Pani, wszystko się zgadza.*

K: *Czyli teraz już nie będzie Telekomunikacji Polskiej?*

CC: *Tak, tylko będzie Pani dostawała rachunki od Telekomunikacji Novum na ten obniżony abonament.*

K: *Ale Telekomunikacja Polska, mnie to jakoś ze względów patriotycznych trzymało.*

CC: *Proszę Pani, ja rozumiem, ale proszę Pani, nie wiem, czy pani o tym wie, ale Telekomunikacja Polska już jest wykupiona przez francuskiego operatora Orange, dostała Pani ostatnio pismo (...) a my jesteśmy, proszę pani, polskim operatorem Telekomunikacją Novum i dlatego u nas pani ma gwarancję, że Pani ten abonament nie podrożeje (...)*

(rozmowa nr 50)

W analizowanych rozmowach pojawiały się również przypadki, w których konsultant pytał, jaki podmiot jest wpisany w polu sprzedawca na fakturze, a po podaniu przez konsumenta nazwy dotychczasowego operatora konsulat oświadczał, że podane dane są prawidłowe (np. rozmowa nr 6; rozmowa nr 7).

W dalszej części rozmowy konsultant pobierał od konsumenta informacje dotyczące m. in. nazwy obecnego operatora, daty zakończenia korzystania z usług obecnego operatora, danych z faktury za usługi telekomunikacyjne świadczone przez dotychczasowego operatora, takich jak: numer ewidencyjny (abonenci Orange Polska, dawniej TP S.A.), adres nabywcy (imię, nazwisko, ulica, numer domu/lokalu, miejscowość, kod pocztowy, poczta), adres korespondencyjny (ulica, numer domu/lokalu, miejscowość, kod pocztowy, poczta), adres zameldowania, numer PESEL (rozmowa nr 20, 41, 47, 50). Z zebranego w toku postępowania materiału dowodowego w postaci nagrań telefonicznych rozmów sprzedażowych wynika, że dobór taryfy był zasadniczo dokonywany przez konsultanta, a konsumentowi było zwykle proponowane zawarcie umowy na czas określony 24 miesięcy.

W trakcie rozmowy sprzedażowej konsument w celu zawarcia z Novum umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych musiał wyrazić zgodę na następujące oświadczenia:

[***] skrypt telefonicznej rozmowy sprzedażowej, załącznik do pisma Spółki z dnia 26 września, postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-72/13/AB.

Rozmowa sprzedażowa kończyła się krótkim podsumowaniem o następującej treści:

[***] skrypt telefonicznej rozmowy sprzedażowej, załącznik do pisma Spółki z dnia 26 września 2013 r., postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-72/13/AB.

Z nagrań telefonicznych rozmów sprzedażowych wynika, że ww. oświadczenia były czytane przez konsultantów bardzo szybko. Jak ustalił Prezes Urzędu, dochodziło także do przypadków łączenia oświadczenia dotyczącego wyrażenia zgody na przetwarzanie danych osobowych z oświadczeniem o rozwiązaniu umowy z dotychczasowym operatorem (np. rozmowa nr 13). Istotna jest również kwestia czasu prowadzonych rozmów – kluczowe informacje dotyczące zawieranej umowy znajdowały się w podsumowaniu kończącym rozmowę. Tymczasem na końcowym etapie rozmowy konsumenta cechuje obniżona zdolność do prawidłowej percepcji przekazywanych mu informacji, gdyż nie jest już skupiony tak jak na etapie początkowym, może być znużony oraz dążyć do jak najszybszego zakończenia rozmowy.

Ponadto, w niektórych rozmowach sprzedażowych pojawiało się sformułowanie o treści:

Oświadczam, że w związku ze zmianą dostawcy usług, rozwiązuję umowę abonencką dotyczącą usługi głosowej w następującym trybie rozwiązania umowy z zachowaniem okresu wypowiedzenia.

(rozmowa nr 13, 51, 52)

np. [rozmowa nr 13]

CC:[***]. (bardzo niewyraźnie powiedziane – przypis Prezesa Urzędu) [***] *Oświadcza Pani w związku ze zmianą dostawcy usług rozwiązuje pani umowę abonencką dotyczącą usługi głosowej w następującym trybie rozwiązania umowy - z zachowaniem okresu wypowiedzenia. Tutaj pani Barbaro chodzi o to, że po prostu pani dane nie będą nigdzie dalej przekazywane, tak?*

Oświadczenie to było czytane w końcowym etapie rozmowy łącznie z oświadczeniami wskazanymi powyżej lub bezpośrednio po nich, nierzadko szybko i niezrozumiale. Żaden z przekazanych przez Spółkę skryptów telefonicznych rozmów sprzedażowych nie zawierał oświadczenia o przedmiotowej treści.

Poniżej została zamieszczona tabela obrazująca, jak poszczególne etapy telefonicznej rozmowy sprzedażowej opisane zostały w skryptach tych rozmów przekazanych przez Spółkę w toku postępowania, a jak wyglądały one w przekazanych nagraniach rozmów.

Etap rozmowy	Skrypt	Rozmowy sprzedażowe
I Wstęp - przedstawienie się - podanie celu rozmowy	[***]	„Dzień dobry! Telekomunikacja Novum (słowa wypowiedziane niewyraźnie – przypis Prezesa Urzędu).” [rozmowa nr 1] „Dobry wieczór! Dzwonię z Telekomunikacji Novum S.A. (nazwa przedsiębiorstwa wymówiona szybko – przypis Prezesa Urzędu) Czy z właścicielką telefonu rozmawiam?” [rozmowa nr 37] „Telekomunikacja Novum S.A. z tej strony. (odczytane bardzo szybko – przypis Prezesa Urzędu) Rozumiem, że rozmawiam z właścicielką tego telefonu.” [rozmowa nr 38] „Kontaktuję się z panią, ponieważ od 1 stycznia obniżamy na stałe abonamenty telefoniczne, tylko chciałam się zapytać, czy płaci pani rachunki powyżej 50 zł czy niższe?” [rozmowa nr 22] „Uprzejmie informuję, że obniżamy Państwu abonament za telefon stacjonarny.” [rozmowa nr 11]

		<p>„Chciałam poinformować, że będzie obniżony abonament za telefon (...)” [rozmowa nr 25]</p> <p>„Dzwonię do Pani, ponieważ z nowym okresem rozliczeniowym obniżamy na stałe cenę abonamentu.” [rozmowa nr 33]</p> <p>„Kontaktuję się, ponieważ od stycznia obniżamy już na stałe kwotę abonamentu. Czy umowa jest na czas nieokreślony?” [rozmowa nr 35]</p>
Ila Badanie potrzeb konsumenta	[***]	<p>„Teraz tak – i Pan ma obecnie umowę na czas nieokreślony, prawda?” [rozmowa nr 39]</p> <p>„Bardzo mi miło. Proszę Pani – ja dzwonię z ważną informacją. Tylko wcześniej mam krótkie pytanie – czy umowa na telefon stacjonarny jest na czas nieokreślony?” [rozmowa nr 40]</p> <p>„Proszę Pani, dzwonię w sprawie obniżenia Pani abonamentu za telefon stacjonarny. Jaki Pani obecnie opłaca abonament za telefon?” [rozmowa nr 41]</p> <p>„Dobrze. Państwa rachunki obecne – rozumiem, że są około w kwocie 50 złotych.” [rozmowa nr 42]</p> <p>„Ponieważ obecnie Państwo płacą tego abonamentu – jak się nie mylę – powyżej 30 zł, prawda?” [rozmowa nr 39]</p>
I Ib Prezentacja oferty	[***]	<p>„Proszę Pani mam dla Pani abonament, który kosztuje 34,40 i ta taryfa zawiera 30 minut do wszystkich telefonów stacjonarnych na całą Polskę. A pierwsze dwa miesiące – bo tylko jeszcze dzisiaj trwa u nas taka promocja – że pierwsze dwa miesiące jest zniżka 50%, czyli 17,20 ten abonament by wynosił. Chciałaby Pani tak?” [rozmowa nr 40]</p> <p>„Yhym, to teraz abonament będzie w kwocie 35,90 brutto z vatem i w ramach tego abonamentu co miesiąc będzie Pani otrzymywała 70 minut na swobodne połączenia.” [rozmowa nr 43]</p> <p>„Dobrze, to tutaj ja chcę Panu tylko powiedzieć, że może skorzystać ze zmiany na 37,40 to już jest brutto, co miesiąc do wykorzystania 70 minut na rozmowy. Także mogłyby być tańsze rachunki za telefon.” [rozmowa nr 44]</p>
III Pobranie danych od konsumenta	[***]	<p>„Proszę Pani, więc Pani musi mi podać numer ewidencyjny klienta, który znajduje się tam na tej fakturze. (...) Teraz poproszę Pani imię i nazwisko, jakie widnieje tam na fakturze (...) Jeszcze będzie potrzebny mi Pani PESEL z dowodu osobistego? Ma Pani przy sobie? (...)” [rozmowa nr 41]</p> <p>„No właśnie, dobrze, to teraz ja Pani powiem, co potrzebujemy. (...) My wypełniamy tutaj taki formularz, a jeśli chodzi o cennik, inne kwestie, umowa itd. (...) Najpierw potrzebuje tutaj dane z fakturki – to jest w prawym górnym rogu nabywca tam jest tak powiem (...) I jeszcze mi jest potrzebny numer PESEL ma Pani nie wiem, w dowodzie w książeczce ubezpieczeniowej.” [rozmowa nr 42]</p> <p>„I jeszcze jedna rzecz mi będzie potrzebna – PESEL z dowodu osobistego.” [rozmowa nr 43]</p> <p>„Jeszcze Panie Ryszardzie, z tego tytułu, że jest Pan właścicielem tego telefonu, muszę wprowadzić Pana PESEL. Zna Pan swój PESEL na pamięć?” [rozmowa nr 44]</p> <p>„CC: Przyniesie Pani rachunek do telefonu, powie mi Pani dokładnie... K: Gdzie ja muszę przyjść? CC: Tutaj do telefonu, do słuchawki, przyniesie mi Pani rachunek i mi Pani powie, przeczyta. K: Ale że co? CC: Jaki jest sprzedawca i w ogóle. K: Telekomunikacja Polska S.A. sprzedawca. Ulica... CC: Dobrze, tego już Pani nie mówi, bo już wiem. Czy ma Pani w nawiasie coś napisane, że to jest na 24M kropeczka. CC:</p>

		<p>Na drugiej stronie. K: Dużo tu pisze.” [rozmowa nr 47]</p> <p>„CC: Na pierwszej stronie faktury jest pole nabywca, imię, nazwisko, Pana adres, numer ewidencyjny klienta, zgadza się? K: Tak jest. Powiedzieć Pani? CC: Bardzo proszę.” [rozmowa nr 48]</p> <p>„CC: W lewym górnym rogu powinno być Netia, troszeczkę niżej powinno być Pana imię, nazwisko, adres i kod pocztowy. Widzi to Pan? K: Tak, tak.” [rozmowa nr 49]</p> <p>CC: (...) Proszę Pani, ja kontaktuję się, ponieważ z nowym okresem rozliczeniowym na stałe już obniżamy koszty abonamentu za telefon. Pani obecnie jest w Telekomunikacji Polskiej, zgadza się? K: Tak. CC: I opłaca Pani ten abonament za 50 zł czy ten tańszy ? (...) Proszę Pani, ten abonament już jest teraz obniżony i teraz kosztuje 35 zł i 90 gr brutto, Proszę Pani i w ramach tego abonamentu teraz do wykorzystania będzie Pani miała na rozmowy 70 minut, abonament ten wejdzie od czerwca, dlatego, że będzie to nowy okres rozliczeniowy, tylko tutaj do telefonu weźmie Pani teraz fakturkę i poda mi nr ewidencyjny klienta, to już ten abonament będzie obniżony, dobrze? (...) Tam fakturka VAT pisze po prawej stronie na górze, zgadza się? (...) i niżej proszę Pani jest okienko nabywca i tam są Pani dane, widzi Pani (...) i od razu pod tymi danymi jest numer ewidencyjny klienta, to ten numer Pani mi poda, dobrze? K: Bo tutaj ja mam jakiś plan startowy 27 zł 64 gr (...), to ja nie wiem, czy to będzie więcej, czy to będzie mniej ... CC: Proszę Pani, a przeczyta mi Pani, po lewej stronie na fakturze co pisze, sprzedawca jaki jest? K: Telekomunikacja Polska CC: No właśnie, to proszę Pani, wszystko się zgadza K: Czyli teraz już nie będzie Telekomunikacji Polskiej? CC: Tak, tylko będzie Pani dostawała rachunki od Telekomunikacji Novum na ten obniżony abonament K: Ale Telekomunikacja Polska, mnie to jakoś ze względów patriotycznych trzymało CC: Proszę Pani, ja rozumiem, ale proszę Pani, nie wiem, czy pani o tym wie, ale Telekomunikacja Polska już jest wykupiona przez francuskiego operatora Orange, dostała Pani ostatnio pismo (...) a my jesteśmy, proszę pani, polskim operatorem Telekomunikacją Novum i dlatego u nas pani ma gwarancję, że Pani ten abonament nie podrożeje (...) I teraz, tak jak jest na fakturce, pani imię i nazwisko (...) Pani umowę z Telekomunikacją Polską miała już dawno temu podpisaną, prawda? (...) I łączy ma Pani takie standardowe z kabelkiem, prawda? K: Tak. CC: Proszę pani, dobrze, wszystko nam się zgadza. (...) K: Novum, tak to się nazywa? (...) i siedziby to te same są ? CC: W Warszawie mamy swoją siedzibę. CC: Jeżeli Pani by się nie zgodziła, to my byśmy nie mieli podstaw, żeby pani obniżyć ten abonament (...) K: Ale ma jeszcze takie refleksje, że skoro to jest z urzędu zmiana tego operatora, to powinno się to wszystko stać automatycznie. [rozmowa nr 7]</p>
IV Doprecyzowanie oferty*	[***]	brak odniesień w nagraniach
V Oświadczenia	[***]	[***] Oświadcza Pani w związku ze zmianą dostawcy usług rozwiązuje pani umowę abonencką dotyczącą usługi głosowej w następującym trybie rozwiązania umowy z zachowaniem okresu wypowiedzenia. Tutaj pani Barbaro chodzi o to, że po prostu Pani dane nie będą nigdzie dalej przekazywane, tak?” [rozmowa nr 13]

		[***] (nazwa "Novum" jest wypowiedziana, tak że nie sposób jej zrozumieć) z siedzibą w Warszawie Klientka: Tak przez telekomunikację, tak. Wyraża Pani zgodę na chronienie danych osobowych, tak?" [rozmowa nr 10]
VI Podsumowanie rozmowy	[***]	[***]. (nazwa operatora, jak i całe podsumowanie odczytano niewyraźnie – przypis Prezesa Urzędu)" [rozmowa nr 45] [***] [rozmowa nr 39] [***] Także proszę czekać na telefon od naszego przedstawiciela, nasz pracownik, rozumie Pani? Przywiezie Pani dokumenty – proszę przeczytać, sprawdzić, czy będzie ta cena 35,90, 70 minut bezpłatnych, dwa miesiące za połowę ceny, będzie się wszystko zgadzało, proszę podpisać. Będzie już teraz płaciła mniejsze rachunki, dlatego mniejsze, bo będzie Pani miała tę godzinę i 10 minut na swoje rozmowy, więc jeśli będzie Pani miała, wykorzysta nawet te 70 minut Pani zapłaci tylko i wyłącznie 35,90 nic więcej, dobrze? W takim razie z mojej strony to już wszystko." [rozmowa nr 46]
VII Ostrzeżenie przed win-back*	[***]	brak odniesień w nagraniach

Nie każdy ze wskazanych w pkt II decyzji elementów telefonicznych rozmów sprzedażowych – choć składają się one na określony schemat postępowania przedsiębiorcy – został wykorzystany we wszystkich przekazanych przez Novum telefonicznych rozmowach sprzedażowych. Tym niemniej, analiza zebranego w sprawie materiału dowodowego pozwoliła na wyodrębnienie w związku ze stosowaniem przez Novum działań wskazanych w pkt II ppkt 1-11 sentencji decyzji pewnego schematu postępowania.

Wskazane w pkt II ppkt 1-11 sentencji niniejszej decyzji zachowania Novum miały miejsce przykładowo w następujących telefonicznych rozmowach sprzedażowych.

Ad 1)

- rozmowa nr 1;
- rozmowa nr 2;
- rozmowa nr 3;
- rozmowa nr 4;
- rozmowa nr 5;
- rozmowa nr 6;
- rozmowa nr 7;
- rozmowa nr 8;
- rozmowa nr 9;
- rozmowa nr 10;
- rozmowa nr 11;
- rozmowa nr 12;
- rozmowa nr 13;

Ad 2)

- rozmowa nr 1;
- rozmowa nr 2;
- rozmowa nr 5;
- rozmowa nr 15;
- rozmowa nr 8;
- rozmowa nr 16;
- rozmowa nr 17;
- rozmowa nr 18;
- rozmowa nr 19;
- rozmowa nr 20;
- rozmowa nr 9;
- rozmowa nr 10;
- rozmowa nr 21;
- rozmowa nr 11;
- rozmowa nr 22;
- rozmowa nr 12;
- rozmowa nr 23;
- rozmowa nr 13;

Ad 3)

- rozmowa nr 1;
- rozmowa nr 8;
- rozmowa nr 15;
- rozmowa nr 16;
- rozmowa nr 19;
- rozmowa nr 20;
- rozmowa nr 21;
- rozmowa nr 22;
- rozmowa nr 13;

Ad 4)

- rozmowa nr 1;
- rozmowa nr 24;
- rozmowa nr 2;

- rozmowa nr 4;
- rozmowa nr 25;
- rozmowa nr 8;
- rozmowa nr 10;
- rozmowa nr 26;
- rozmowa nr 27;

Ad 5)

- rozmowa nr 17;

Ad 6)

- rozmowa nr 28;
- rozmowa nr 25;
- rozmowa nr 10;
- rozmowa nr 29;
- rozmowa nr 12;
- rozmowa nr 13;

Ad 7)

- rozmowa nr 21;

Ad 8)

- rozmowa nr 16;
- rozmowa nr 10;
- rozmowa nr 12;
- rozmowa nr 13;

Ad 9)

- rozmowa nr 7;
- rozmowa nr 15;
- rozmowa nr 30;

Ad 10)

- rozmowa nr 7;
- rozmowa nr 15;
- rozmowa nr 16;
- rozmowa nr 19;
- rozmowa nr 20;

Ad 11)

- rozmowa nr 1;
- rozmowa nr 31;
- rozmowa nr 2;
- rozmowa nr 5;
- rozmowa nr 21;
- rozmowa nr 11;
- rozmowa nr 23;
- rozmowa nr 14;

Na podstawie informacji przekazanych przez Spółkę w piśmie z dnia 27 lipca 2015 r. Prezes Urzędu ustalił, że począwszy od dnia [***] Spółka rozpoczęła stosowanie procedury weryfikacyjnej w opisanym poniżej kształcie.

[***]

Dla pełnego obrazu stanu faktycznego niniejszej sprawy istotne znaczenie mają również okoliczności towarzyszące oferowaniu przez Spółkę konsumentom swoich usług, dotyczące struktury polskiego rynku usług telekomunikacyjnych oraz zachodzących na nim zmian. W marcu 2012 r. podmiot posiadający największy udział na tym rynku (Telekomunikacja Polska S.A., dalej „TP S.A.”) zapowiedział przeprowadzenie rebrandingu swojej marki, polegającego na zastąpieniu w komunikacji handlowej nazwy *Telekomunikacja Polska* marką *Orange*. W dniach 29.03.2012–15.04.2012 r. została przeprowadzona w środkach masowego przekazu kampania informacyjna na temat rebrandingu. Ponadto, do abonentów korzystających z usług stacjonarnych świadczonych przez TP S.A. wysłane zostały listy informujące o zbliżającym się rebrandingu oraz wyjaśniające konsekwencje planowanych zmian bezpośrednio dla klientów. Dalsze informacje o przeprowadzanym procesie były dołączane do korespondencji z klientami, w postaci tzw. insertów (wkładek do faktur), a w dniu rebrandingu (tj. 16. kwietnia 2012 r.) zostały także zamieszczone na stronie www.orange.pl [pismo TP S.A. (obecnie Orange Polska S.A.) z dnia 18 października 2013 r., postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-43/12/AH/AB].

Rebranding nie oznaczał przy tym ani zmiany nazwy Spółki, ani też połączenia Telekomunikacji Polskiej S.A. z Polską Telefonią Komórkową Centertel Sp. z o.o. (dalej „PTK Centertel”) oferującą usługi pod marką Orange od 2005 r. W czasie dokonywania rebrandingu TP S.A. oraz PTK Centertel pozostawały niezależnymi podmiotami prawnymi, zmianie nie uległy również nazwy prawne obu spółek. Istota przeprowadzonego procesu polegała na tym, że począwszy od dnia 16 kwietnia 2012 r. obsługa klientów TP S.A. odbywała się pod marką Orange, przy czym zmiana marki nie miała wpływu na nazewnictwo usług telekomunikacyjnych zakupionych przed dniem 16 kwietnia 2012 r., z których korzystali dotychczasowi abonenci TP S.A. Również nazwy tych produktów pozostały bez zmian. W szczególności, zmiana marki nie oznaczała konieczności aneksowania dotychczasowych umów ani wprowadzania zmian do obowiązujących regulaminów. Warunki wszystkich usług telekomunikacyjnych już zakupionych przez klientów nie uległy zmianie w związku z rebrandingiem.

Do połączenia Telekomunikacji Polskiej S.A. i Polskiej Telefonii Komórkowej Centertel Sp. z o.o. pod nazwą Orange Polska S.A. doszło dopiero w dniu 31 grudnia 2013 r. poprzez przeniesienie całego majątku PTK Centertel na TP S.A. Również i w tym przypadku nie pociągało to za sobą konieczności aneksowania umów.

Prezes Urzędu ustalił, że przychód osiągnięty przez Spółkę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary (rok 2014) wyniósł [***] (zeznanie podatkowe Novum za rok 2014 złożone jako załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 27 lipca 2015 r.).

Przychód z działalności telekomunikacyjnej osiągnięty przez Spółkę wyniósł [***], w tym z tytułu sprzedaży usług telekomunikacyjnych opartych na usłudze WLR [***] (pismo Spółki z dnia 27 lipca 2015 r.).

Opisany wyżej stan faktyczny został ustalony przez Prezesa Urzędu po odmowie uwzględnienia wniosku Spółki zawartego w piśmie z dnia 29 grudnia 2014 r. o dopuszczenie i przeprowadzenie następujących dowodów:

- 1) dowodu z przesłuchania w charakterze świadka prokurenta Spółki [***] na okoliczność:
 - (i) braku praktyki polegającej na niezyskiwaniu zgody na przedstawienie oferty w trakcie rozmowy telefonicznej;
 - (ii) braku praktyk polegających na możliwości wprowadzenia konsumentów w błąd co do podejmowanych czynności w zakresie zawarcia umowy z Novum;
 - (iii) zasięgu terytorialnego w zakresie sprzedaży usług Novum oraz
 - (iv) podjętych przez Novum działań w przypadku stwierdzenia jakichkolwiek nieprawidłowości w zakresie procesu sprzedażowego;
- 2) dowodu z zeznań świadka Kierownika Działu Utrzymania Klienta Spółki [***] na okoliczność:
 - (i) braku praktyki polegającej na niezyskiwaniu zgody na przedstawienie oferty w trakcie rozmowy telefonicznej;
 - (ii) braku praktyk polegających na możliwości wprowadzenia konsumentów w błąd co do podejmowanych czynności w zakresie zawarcia umowy z Novum;
 - (iii) zasięgu terytorialnego w zakresie sprzedaży usług Novum oraz
 - (iv) podjętych przez Novum działań w przypadku stwierdzenia jakichkolwiek nieprawidłowości w zakresie procesu sprzedażowego;
- 3) dowodu z zeznań świadków – konsultantów Biura Obsługi Klientów Spółki [***] na okoliczność:
 - (i) braku praktyki polegającej na niezyskiwaniu zgody na przedstawienie oferty w trakcie rozmowy telefonicznej;
 - (ii) braku praktyk polegających na możliwości wprowadzenia konsumentów w błąd co do podejmowanych czynności w zakresie zawarcia umowy z Novum;
 - (iii) zasięgu terytorialnego w zakresie sprzedaży usług Novum oraz

(iv) podjętych przez Novum działań w przypadku stwierdzenia jakichkolwiek nieprawidłowości w zakresie procesu sprzedażowego;

Prowadząc postępowanie dowodowe, Prezes Urzędu stosuje przepisy uokik przy uwzględnieniu regulacji zawartej w art. 84 uokik, stosownie do której w postępowaniach toczących się przed Prezesem Urzędu, w sprawach dotyczących dowodów nieuregulowanych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, stosuje się odpowiednio art. 227-315 Kodeksu postępowania cywilnego (j.t. Dz. U. z 2014 r., poz. 101 ze zm.), dalej jako „kpc”. Tym samym, Prezes Urzędu jest zobligowany do odpowiedniego stosowania w prowadzonym postępowaniu dowodowym art. 227 kpc, zgodnie z którym przedmiotem dowodu są fakty mające dla rozstrzygnięcia sprawy istotne znaczenie. Obowiązek odpowiedniego stosowania przepisów kpc przekłada się na konieczność zachowania ich podstawowego celu przy jednoczesnym uwzględnieniu odrębności postępowania administracyjnego.

Prezes Urzędu ocenił wagę faktów, które miały zostać dowiedzione za pomocą zaproponowanych przez Spółkę środków dowodowych, oraz celowość przeprowadzenia ww. dowodów dla wykazania wskazanych okoliczności. W ocenie Prezesa Urzędu, okoliczności objęte przytoczonymi powyżej wnioskami dowodowymi – jakkolwiek mogące mieć znaczenie dla rozstrzygnięcia w przedmiotowej sprawie - zostały już ustalone przez Prezesa Urzędu na podstawie zebranego w sprawie materiału, który stanowią informacje, dokumenty oraz nagrania telefonicznych rozmów sprzedażowych przekazane przez Spółkę w odpowiedzi na wezwania kierowane do niej w toku postępowania. Fakt braku uzyskiwania przez Spółkę zgody na przedstawienie oferty w trakcie rozmowy telefonicznej został ustalony w oparciu o przekazane przez Spółkę w toku postępowania skrypty telefonicznych rozmów sprzedażowych, stanowisko Spółki przedstawione w piśmie z dnia 28 października 2013 r. oraz nagrania telefonicznych rozmów sprzedażowych. W odniesieniu do wniosku o przeprowadzenie dowodu z zeznań świadków – konsultantów Biura Obsługi Klientów Spółki, wskazać należy w szczególności, że w zgromadzonym w toku postępowania materiale dowodowym znajdują się liczne nagrania telefonicznych rozmów sprzedażowych prowadzonych przez konsultantów Biura Obsługi Klientów Novum. Prezes Urzędu ustalił zatem okoliczność przekazywania przez Novum konsumentom informacji mogących wprowadzać ich w błąd na podstawie bezpośredniego materiału dowodowego w postaci nagrań rozmów sprzedażowych. Podejmowane przez Novum działania w przypadku stwierdzenia nieprawidłowości związanych z procesem sprzedażowym zostały udowodnione w oparciu o obszernie wyjaśnienia złożone przez Spółkę w toku postępowania. Z kolei dane dotyczące zasięgu terytorialnego w zakresie sprzedaży usług Novum zostały ustalone w oparciu o przekazane nagrania rozmów sprzedażowych (na ich podstawie przygotowana została tabela zamieszczona powyżej) oraz informacje pochodzące od samej Spółki (m.in. lista gmin, w których Novum zawarła co najmniej jedną umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych).

Biorąc pod uwagę obszerność i szczegółowość informacji oraz dokumentów przekazanych przez Spółkę w toku postępowania, zgłaszanie przez Spółkę wniosków dowodowych dotyczących okoliczności ustalonych na podstawie uprzednio przekazanych materiałów można oceniać jako zmierzające do przedłużenia postępowania.

W piśmie z dnia 13 sierpnia 2015 r. Novum złożyła wniosek o przeprowadzenie dowodu z decyzji Prezesa UKE, nr DKE-WPP-621-1/11(135) z dnia 30 stycznia 2012 r. na

okoliczność braku podstaw do uznania, iż Novum wprowadzała klientów w błąd co do przedsiębiorcy, z którym klienci zawierali umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Niezależnie od powyższego, Novum wniosła również o wystąpienie przez Prezesa Urzędu do Prezesa UKE o przekazanie akt postępowania administracyjnego poprzedzającego wydanie ww. decyzji i przeprowadzenie dowodu z tych akt na okoliczność wskazaną powyżej.

Prezes Urzędu uznał, że przeprowadzenie wnioskowanych przez Spółkę dowodów jest irrelevantne dla ustalenia stanu faktycznego sprawy i wydania rozstrzygnięcia kończącego postępowanie z uwagi na to, że środek dowodowy w postaci decyzji administracyjnej Prezesa UKE i akt postępowania poprzedzającego jej wydanie jest irrelevantny dla dokonania oceny prawidłowości zachowań Novum zgodnie z przedmiotem niniejszego postępowania, którym było dokonanie oceny, czy Spółka dopuściła się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Okoliczność, że Prezes UKE jako regulator rynku telekomunikacyjnego i organ uprawniony do kontroli przestrzegania przepisów Pt, prowadził postępowanie administracyjne w stosunku do Spółki, które następnie umorzył, nie wyklucza możliwości prowadzenia weryfikacji w zakresie respektowania przez Spółkę regulacji dotyczącej ochrony praw konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu nie występuje sygnalizowana przez Spółkę kwestia tożsamości działań prowadzonych względem Novum przez dwa różne organy administracyjne.

Po pierwsze, podstawą prawną prowadzonego przez Prezesa UKE postępowania był art. 209 ust. 1 pkt 4 Pt, zgodnie z którym, kto narusza obowiązki informacyjne w stosunku do użytkowników końcowych podlega karze pieniężnej, tymczasem podstawą prawną prowadzenia postępowania poprzedzającego wydanie niniejszej decyzji był art. 24 uokik zakazujący stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Sama Spółka zresztą [co wynika z treści przekazanej jako załącznik do pisma Spółki z dnia 13 sierpnia 2015 r. decyzji Prezesa UKE dnia 30 stycznia 2012 r. nr DKE-WPP-621-1/11(135)] w toku postępowania przed Prezesem UKE wskazywała, iż *zdaniem Novum, wprowadzania osób podpisujących umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych w błąd co do nazwy przedsiębiorcy, z którym zawierają umowę, nie można zakwalifikować jako naruszenia obowiązków informacyjnych.*

Po drugie, abstrahując od wskazanego powyżej odmiennego zakresu kompetencji posiadanych przez oba organy, jak również odmiennych podstaw prawnych prowadzonych postępowań, które to okoliczności są zasadniczą podstawą braku możliwości zaistnienia tożsamości prowadzonych działań, istotny jest również fakt, że decyzja o umorzeniu prowadzonego przez Prezesa UKE postępowania dotyczyła naruszenia obowiązków informacyjnych w stosunku do użytkowników końcowych polegającego m. in. na wprowadzaniu osób podpisujących umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych w błąd co do nazwy przedsiębiorcy, z którym zawierają umowę, co oznacza, że zakres działań kwestionowanych w tym postępowaniu był zasadniczo węższy od zakresu wprowadzających w błąd działań lub zaniechań Spółki, które dotyczyły przekazywania konsumentom w trakcie rozmów telefonicznych nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji dotyczących oferty Novum (pkt II rozstrzygnięcia decyzji). Ponadto, jak wynika z analizy treści decyzji Prezesa UKE, dotyczyła ona zachowań Spółki w różnych kanałach sprzedaży

(w tym sprzedaży partnerskiej), zaś praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów wskazane w niniejszej decyzji dotyczą wyłącznie kanału sprzedaży własnej Novum.

Na marginesie tylko – odnosząc się do wniosku Spółki o przeprowadzenie dowodu z całości akt administracyjnych poprzedzających wydanie decyzji przez Prezesa UKE – podkreślenia wymaga, że zgodnie z orzecznictwem Sądu Najwyższego, strona może zgłosić dowód z dokumentu znajdującego się w aktach innej sprawy, przy czym obowiązana jest określić, o jaki konkretnie dokument chodzi, w aktach jakiej sprawy się znajduje i na której karcie tych akt oraz wskazać fakty podlegające udowodnieniu przy pomocy tego konkretnego dowodu (postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 20 lutego 2013 r., sygn. akt III CSK 6/13, Legalis).

Niezależnie do powyższego, należy ponownie wskazać, że okoliczność przekazywania konsumentom przez Novum nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji została ustalona w oparciu o nagrania telefonicznych rozmów sprzedażowych, które znajdują się w materiale dowodowym zgromadzonym w toku postępowania poprzedzającego wydanie niniejszej decyzji.

W piśmie z dnia 18 sierpnia 2015 r. Novum złożyła wnioski o przeprowadzenie następujących dowodów:

- 1) dowodu z zeznań świadka [***] (Dyrektora Wykonawczego w Novum) na okoliczność nadzoru nad prowadzonymi rozmowami przedkontraktowymi, działaniami w celu zapewnienia prawidłowości procesu sprzedażowego [***];
- 2) dowodu z przesłuchania w charakterze świadka [***] (Specjalisty do spraw konsumenckich w Novum) na okoliczność poziomu satysfakcji konsumentów korzystających z usług Novum;
- 3) dowodu z zeznań świadków [***] (Dyrektora Departamentu Obsługi Klienta w Novum) oraz [***] (Specjalisty do spraw konsumenckich w Novum) na okoliczność uwzględniania skarg związanych z procesem sprzedażowym, jeśli weryfikacja okazała się negatywna;
- 4) dowodu z zeznań świadków [***] (Dyrektora Departamentu Obsługi Klienta w Novum) oraz [***] (Specjalisty do spraw konsumenckich w Novum) na okoliczność [***];
- 5) dowodu z zeznań świadka [***] (Dyrektora Departamentu Obsługi Klienta w Novum) na okoliczność składania zawiadomień o popełnieniu przestępstw;
- 6) dowodu z zeznań świadka [***] (Dyrektora Wykonawczego Novum) na okoliczność monitorowania prawidłowości procesu sprzedażowego [***] oraz konsekwencji negatywnych weryfikacji.

Ponadto, jako załącznik do pisma z dnia 18 sierpnia 2015 r. Spółka przekazała raport „BADANIE SATYSFAKCJI KLIENTA. WYNIKI 2013” oraz dodatkowo „jeżeli Prezes UOKiK miałby wątpliwości co do treści raportu”, wniosła o przesłuchanie w charakterze świadka [***] (Kierownika Działu Kampanii Telefonicznych), która była współautorką raportu, na okoliczność przyjętej metody przeprowadzania badania oraz jego wyników.

W ocenie Prezesa Urzędu przeprowadzenie dowodów z zeznań świadków, o których mowa w pkt 1-6 powyżej, było irrelewantne dla wydania rozstrzygnięcia w przedmiotowej sprawie. Po pierwsze, przedmiotem badania w prowadzonym postępowaniu nie był poziom satysfakcji konsumentów korzystających z usług Novum, składanie przez Spółkę zawiadomień o podejrzeniu popełnienia przestępstwa, uwzględnianie skarg konsumenckich czy wprowadzanie wewnętrznych programów mających na celu ochronę określonej grupy konsumentów. Podkreślenia wymaga przy tym fakt, że następcze działania podejmowane przez Spółkę są niezależne względem naruszeń występujących na etapie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, co jest przedmiotem praktyk kwestionowanych w niniejszej decyzji. Po drugie, informacje, na których okoliczność zostały powołane ww. wnioski dowodowe w zakresie prowadzenia przez Spółkę weryfikacji prawidłowości prowadzonych działań sprzedażowych zostały przez Prezesa Urzędu ustalone w oparciu o treść pism składanych przez Spółkę w toku postępowania (na co zresztą wskazała sama Spółka – str. 3 pisma z dnia 18 sierpnia 2015 r.). Jednocześnie należy wskazać, że – w zakresie, w jakim przedmiotowe wnioski dotyczą sprzedaży realizowanej [***] – są one irrelewantne dla rozstrzygnięcia niniejszej sprawy, gdyż praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów wskazane w niniejszej decyzji dotyczą wyłącznie [***] Novum.

Prezes Urzędu zważył, co następuje.

I. Naruszenie interesu publicznego

Stosownie do art. 1 ust. 1 uokik ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstawę do rozstrzygnięcia przez Prezesa Urzędu sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Interes publiczny zostaje naruszony w szczególności wówczas, gdy określonymi działaniami przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska, powodując zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu (por. wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 24 października 1991 r., sygn. akt XVII Amr 8/90). W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów korzystających z usług telefonii stacjonarnej świadczonych przez innego niż Novum przedsiębiorcę telekomunikacyjnego, którzy mogli być narażeni na skutki bezprawnych praktyk stosowanych przez Spółkę. Interes publiczny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez Spółkę interesu publicznego, możliwe jest poddanie kwestionowanych działań Spółki dalszej ocenie w świetle przepisów uokik, pod kątem stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

II. Ocena działań Novum w aspekcie zarzutów stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

Art. 24 ust. 2 uokik stanowi, iż przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Za konsumenta w rozumieniu uokik uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej

niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny, j.t. Dz. U. z 2014 r., poz. 121 ze zm. w zw. z art. 4 pkt 12 uokik). Zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. W związku z powyższym, dla uznania działania za niezgodne z zawartym w uokik zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, iż spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

- kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy;
- działanie to jest bezprawne;
- działanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów.

Status przedsiębiorcy

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera legalną definicję przedsiębiorcy. Zgodnie z jej art. 4 pkt 1 w zw. z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945), pod pojęciem tym należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (j.t. Dz. U. z 2015 r., poz. 584 ze zm.), również jako: „usdg” oraz: a) osobę fizyczną, osobę prawną, a także jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o działalności gospodarczej, b) osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu, d) związek przedsiębiorców w rozumieniu pkt 2, z wyłączeniem przepisów dotyczących koncentracji [trzeci człon definicji przedsiębiorcy zawartej w art. 4 pkt 1 lit. c) znajduje zastosowanie wyłącznie w postępowaniach w sprawach koncentracji]. Natomiast w myśl art. 4 ust. 1 usdg, przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Właściwą dla przedsiębiorcy działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły (art. 2 usdg).

Novum S.A. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. Spółka prowadzi we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług telekomunikacyjnych na obszarze całego kraju. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym, Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w uokik i jej działania mogą być poddane ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Bezprawność działania

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie

bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także zakazy i nakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07). Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy.

Bezprawność działań przedsiębiorcy w odniesieniu do zarzutu określonego w pkt I rozstrzygnięcia decyzji

Zakaz kontaktowania się przez przedsiębiorcę z konsumentem w celu przedstawienia swojej oferty handlowej bez uzyskania jego uprzedniej zgody na takie działanie w ustawodawstwie europejskim został wprowadzony dyrektywą 2002/58/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 lipca 2002 r. dotyczącą przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności w sektorze łączności elektronicznej (Dz. Urz. UE L 201 z 31.7.2002, s. 37), dalej jako „dyrektywa o prywatności i łączności elektronicznej”. Zgodnie z art. 13 ww. dyrektywy:

1. Używanie automatycznych systemów wywołujących i systemów łączności bez ludzkiej ingerencji (automatyczne urządzenia wywołujące), faksów lub poczty elektronicznej do celów marketingu bezpośredniego może być dozwolone jedynie wobec abonentów lub użytkowników, którzy uprzednio wyrazili na to zgodę.

2. Niezależnie od przepisów ust. 1, w przypadku gdy osoba fizyczna lub prawna otrzymuje od swoich klientów szczegółowe elektroniczne dane kontaktowe dotyczące kontaktu z nimi za pomocą poczty elektronicznej, w kontekście sprzedaży produktu lub usługi, zgodnie z dyrektywą 95/46/WE, ta sama osoba fizyczna lub prawna może używać tych szczegółowych elektronicznych danych kontaktowych na potrzeby marketingu bezpośredniego swoich własnych podobnych produktów lub usług, pod warunkiem że klienci zostali jasno i wyraźnie poinformowani o możliwości sprzeciwienia się, w prosty i wolny od opłat sposób, takiemu wykorzystywaniu elektronicznych danych kontaktowych w chwili ich pobierania oraz przy każdej okazji otrzymywania wiadomości, w przypadku klientów, którzy początkowo nie sprzeciwili się takiemu wykorzystywaniu.

3. Państwa członkowskie podejmują odpowiednie środki w celu zapewnienia, aby niezamówione komunikaty do celów marketingu bezpośredniego, w przypadkach innych niż określone w ust. 1 i 2, nie były dozwolone bez zgody abonentów lub użytkowników bądź w odniesieniu do abonentów lub użytkowników, którzy nie życzą sobie otrzymywania tego typu komunikatów, przy czym wybór między tymi opcjami zostaje ustalony przez przepisy krajowe, z uwzględnieniem faktu, że obie te opcje muszą być dla abonenta lub użytkownika bezpłatne.

Do dnia 25 grudnia 2014 r., tj. do chwili wejścia w życie ustawy o prawach konsumenta przepisem implementującym do krajowego porządku prawnego art. 13 ust. 3 dyrektywy o prywatności i łączności elektronicznej był art. 6 ust. 3 uonpk, stanowiący, że:

Posłużenie się telefonem, wizjofonem, telefaksem, pocztą elektroniczną, automatycznym urządzeniem wywołującym lub innym środkiem komunikacji elektronicznej w celu złożenia propozycji zawarcia umowy może nastąpić wyłącznie za uprzednią zgodą konsumenta.

Zgodnie z art. 52 ust. 1 upk ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny straciła moc z chwilą wejścia w życie tej pierwszej, tj. z dniem 25 grudnia 2014 r. Jednocześnie w ustawie o prawach konsumenta brak jest przepisu o treści i zakresie zastosowania analogicznym do art. 6 ust. 3 uonpk, gdzie sformułowany zostałby wymóg uzyskiwania uprzedniej zgody konsumenta na posłużenie się środkiem porozumiewania się na odległość w celu złożenia propozycji zawarcia umowy. Dla uniknięcia sytuacji, w której w polskim porządku prawnym brak byłoby przepisu obligującego przedsiębiorcę do uzyskania zgody konsumenta na ww. działanie, ustawodawca zdecydował się na znowelizowanie art. 172 Pt poprzez uzupełnienie go o regulację dotyczącą końcowych urządzeń telekomunikacyjnych.

W obecnym stanie prawnym przyjąć należy, że art. 13 dyrektywy o prywatności i łączności elektronicznej jest transponowany do krajowego porządku prawnego za pomocą przepisów dwóch różnych ustaw.

W zakresie automatycznych urządzeń wywołujących oraz telekomunikacyjnych urządzeń końcowych (art. 13 ust. 1 i 3 dyrektywy), a zatem m. in. sytuacji mieszczących się w stanie faktycznym leżącym u podstaw praktyki wskazanej w pkt I rozstrzygnięcia decyzji, implementacją dyrektywy jest art. 172 Pt, który stanowi:

- 1. Zakazane jest używanie **telekomunikacyjnych urządzeń końcowych** i automatycznych systemów wywołujących dla celów marketingu bezpośredniego, chyba że abonent lub użytkownik końcowy uprzednio wyraził na to zgodę.*
- 2. Przepis ust. 1 nie narusza zakazów i ograniczeń dotyczących przesłania niezamówionej informacji handlowej wynikającej z odrębnych ustaw,*
- 3. Używanie środków, o których mowa w ust. 1, dla celów marketingu bezpośredniego nie może odbywać się na koszt konsumenta.*

Art. 13 ust. 1 dyrektywy o prywatności i łączności elektronicznej dotyczy przede wszystkim tzw. IVR (*Interactive Voice Response*), a więc przypadków, w których połączenie telefoniczne do abonenta jest wykonywane przez automat, a abonent po odebraniu połączenia słyszy uprzednio nagrany i odtwarzany komunikat głosowy. W zakresie poczty elektronicznej oraz faksów (art. 13 ust. 1 i 2 dyrektywy) implementacją jest art. 10 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (j.t. Dz. U. z 2013 r., poz. 1422) stanowiący w ust. 1 i 2, że:

- 1. Zakazane jest przesyłanie niezamówionej informacji handlowej skierowanej do oznaczonego odbiorcy będącego osobą fizyczną za pomocą środków komunikacji elektronicznej, w szczególności poczty elektronicznej.*
- 2. Informację handlową uważa się za zamówioną, jeżeli odbiorca wyraził zgodę na otrzymywanie takiej informacji, w szczególności udostępnił w tym celu identyfikujący go adres elektroniczny.*

Na podstawie zebranego w postępowaniu poprzedzającym wydanie niniejszej decyzji materiału dowodowego Prezes Urzędu ustalił, że Spółka nie uzyskiwała uprzedniej zgody konsumentów na posłużenie się telefonem w celu złożenia propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, co wypełnia przesłanki określone w art. 6 ust. 3 uonpk warunkujące uznanie, że doszło do naruszenia dyspozycji ww. przepisu. Po pierwsze,

Spółka posługiwała się telefonem, a zatem jednym z urządzeń wymienionych w hipotezie art. 6 ust. 3 uonpk. Po drugie, wykorzystanie tego urządzenia następowało w celu złożenia propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez Novum. Po trzecie wreszcie, brak było uprzedniej zgody konsumenta na takie działanie.

Jednocześnie błędna jest argumentacja Spółki przedstawiona w piśmie z dnia 28 października 2013 r. (postępowanie wyjaśniające o sygn. akt DDK-405-72/13/AB), zgodnie z którą art. 6 ust. 3 uonpk dotyczy wyłącznie umów zawieranych na odległość, z uwagi na to, że znajduje się w rozdziale II tej ustawy zatytułowanym „Umowy zawierane na odległość”. W ocenie Prezesa Urzędu przedstawione przez Spółkę stanowisko jest przejawem błędnej wykładni zawężającej zakres zastosowania ww. przepisu wbrew jego literalnemu brzmieniu. Przedmiotem normy zawartej w art. 6 uonpk jest bowiem każda sytuacja faktyczna, w której przedsiębiorca posługuje się jednym ze środków komunikacji wymienionych w tym przepisie w celu złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy. Kluczowe znaczenie powinno mieć zatem brzmienie przepisu, który odnosi się do wykorzystywania konkretnych środków komunikowania się w celu złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy, nie zaś systematyka aktu prawnego.

Tym samym, należy uznać, że praktyka Spółki opisana w pkt I rozstrzygnięcia decyzji stanowiła naruszenie przepisu art. 6 ust. 3 uonpk, mając tym samym charakter bezprawny.

Bezprawność działań przedsiębiorcy w odniesieniu do zarzutu określonego w pkt II rozstrzygnięcia decyzji

Czyny nieuczciwej konkurencji

Art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik wskazuje, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. Tym samym, przepis ten odnosi pojęcie bezprawności między innymi do czynów nieuczciwej konkurencji. Przez zawarte we wskazanej powyżej definicji pojęcie „czyny nieuczciwej konkurencji” należy rozumieć praktyki opisane w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Jeżeli zatem zachodzi przypadek, w którym czyn nieuczciwej konkurencji godzi jednocześnie w zbiorowe interesy konsumentów, to takie działanie w świetle obowiązującej regulacji może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Praktyka, o której mowa w pkt II rozstrzygnięcia decyzji dotyczy naruszenia art. 3 ust. 1 uokik. Przepis ten wskazuje, że czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Pod pojęciem „klienta” należy również rozumieć konsumenta w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (por. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 20 lutego 2007 r., sygn. akt XVII AmA 95/07).

Art. 3 ust. 2 uokik wymienia szereg czynów nieuczciwej konkurencji, opisanych następnie szczegółowo w rozdziale 2 uokik. Wyliczenie to jest przykładowe i nie ma charakteru wyczerpującego, gdyż nie jest możliwe ustalenie wyczerpującej i zamkniętej listy czynów nieuczciwej konkurencji (J. Szwaja (red.), *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, Warszawa 2006, s. 135). Tym samym, brak stypizowania w rozdziale 2 uokik danego działania przedsiębiorcy jako czynu nieuczciwej konkurencji nie

przesądza ostatecznie o sposobie zakwalifikowania tej działalności w świetle regulacji uznk. W sytuacji, gdy nie jest możliwe zakwalifikowanie określonego działania jako jednego z tzw. nazwanych czynów nieuczciwej konkurencji, należy na podstawie przewidzianej w art. 3 uznk klauzuli generalnej, jako uniwersalnego zakazu nieuczciwej konkurencji, dokonać oceny tego działania w świetle przesłanek przewidzianych w tym przepisie (wyrok Sądu Apelacyjnego w Łodzi z dnia 31 lipca 1995 r., sygn. akt I ACr 308/95). Tym samym, brak jest jakichkolwiek przeszkód do zakwalifikowania jako czyn nieuczciwej konkurencji działania lub zaniechania będącego naruszeniem ogólnej normy art. 3 ust. 1 uznk.

W ocenie Prezesa Urzędu praktyka Novum opisana w pkt II rozstrzygnięcia decyzji polegająca na przekazywaniu konsumentom w trakcie rozmów telefonicznych nieprawdziwych lub wprowadzających konsumentów w błąd informacji dotyczących oferty Novum poprzez stosowanie jednego lub kilku spośród zachowań wymienionych w pkt II ppkt 1-11 sentencji decyzji stanowi czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 3 ust. 1 uznk.

Dobre obyczaje

Dokonując oceny działań Spółki pod kątem spełnienia przesłanek wskazanych w art. 3 ust. 1 uznk, Prezes Urzędu przeanalizował zarzucane Novum praktyki w świetle klauzuli generalnej dobrych obyczajów rozumianych jako szczególna umiejętność, staranność zawodowa, uczciwość działania oraz dobra wiara. Dobre obyczaje to swego rodzaju wskazówki postępowania, które obiektywnie istnieją w przekonaniu etycznym społeczeństwa, a „za miarę tych wymagań etycznych bierze się przeciętny poziom moralny właściwy godziwemu życiu zarobkowemu i gospodarczemu” (A. Krauss, F. Zoll, *Polska ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, Poznań 1929, s. 171).

Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na gruncie danego stanu faktycznego. W odniesieniu do praktyki opisanej w pkt II rozstrzygnięcia decyzji oznacza to, że działania Spółki oceniane będą na gruncie dobrych obyczajów w relacji przedsiębiorca (Novum)-konsument. Zgodnie z poglądem doktryny, *sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...) czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania* [K. Pietrzykowski (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz*, Warszawa 2002 r., s. 804]. W stosunkach z konsumentami „dobry obyczaj” powinien wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. W takich stosunkach szczególne znaczenie mają te oceny zachowań podmiotów w świetle dobrych obyczajów, które odwołują się do takich wartości jak: szacunek wobec partnera, uczciwość, szczerłość, zaufanie, lojalność, rzetelność i fachowość [A. Olejniczak, *Komentarz do art. 385 (1) kodeksu cywilnego*, pkt 10 [w:] A. Kidyba (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz. Tom III. Zobowiązania – część ogólna*, LEX 2010].

Naruszenie dobrych obyczajów

Na Novum, jako na podmiocie profesjonalnie działającym na polskim rynku usług telekomunikacyjnych, ciąży obowiązek prowadzenia działalności gospodarczej z uwzględnieniem staranności zawodowej, jakiej oczekuje się od uczciwego kupca. Jako kryterium staranności zawodowej przyjmuje się zatem uczciwość obrotu. Staranność tę należy

wiązać z konkretną działalnością gospodarczą wykonywaną przez przedsiębiorcę, którego praktyki są przedmiotem analizy. W niniejszym stanie faktycznym będzie to zatem staranność zawodowa, jaką powinien wykazywać dostawca usług telekomunikacyjnych-operator alternatywny próbujący nakłonić dotychczasowych abonentów swoich konkurentów do rezygnacji z ich usług i skorzystania z jego oferty – w tym przypadku zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Na swojej stronie internetowej (www.t-novum.pl) Spółka wskazuje, że¹:

W codziennej pracy Novum S.A. kieruje się następującymi wartościami:

- *uczciwość biznesowa wobec pracowników i klientów – podejmujemy zgodne z etyką działania oraz promujemy najkorzystniejsze dla jednostki rozwiązania biznesowe,*
- *innovacyjność rozwiązań – nieustająco poszukujemy nowych oraz doskonalimy już istniejące produkty, dążąc do optymalnego dostosowania ich do potrzeb klientów,*
- *wysoka kultura organizacyjna i jasno określone zasady współpracy – dbamy o pozytywne relacje ze współpracownikami, klientami oraz partnerami biznesowymi, kierując się przejrzystym kodeksem działań.*

Zasadne jest założenie, że skoro Spółka publicznie deklaruje stosowanie określonych standardów w prowadzonej działalności, są to standardy, których stosowania w praktyce można od niej oczekiwać i pod kątem których można dokonywać oceny jej działalności.

Na gruncie niniejszej sprawy za dobry obyczaj należy więc uznać zasadę lojalnego zachowania przedsiębiorcy składającego konsumentowi propozycję zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w sieci stacjonarnej w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej. Zasada ta powinna znajdować swoje odzwierciedlenie w prawie konsumenta-abonenta do uzyskania rzetelnej, jasnej i precyzyjnej informacji na temat przedsiębiorcy kontaktującego się w celu zawarcia umowy, tj. co najmniej uzyskania informacji, że jest to inny podmiot niż dotychczasowy dostawca usług telekomunikacyjnych, prawie do bycia poinformowanym o kształcie oferty, w szczególności o tym, że dotyczy ona zmiany operatora i zawarcia nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, nie zaś modyfikacji warunków umowy z dotychczasowym dostawcą. Informacje przekazywane konsumentowi-abonentowi powinny również uwzględniać realia konkretnego rynku, na którym przedsiębiorca-proponent działa.

Przekazywane przez Spółkę konsumentom informacje, a także sposób ich przekazywania, nie spełniają ww. wymogów rzetelności, jasności i precyzyjności. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami na gruncie stanu faktycznego leżącego u podstaw praktyki wskazanej w pkt II rozstrzygnięcia decyzji, należy uznać działania Novum polegające na przekazywaniu w trakcie telefonicznych rozmów sprzedażowych:

- informacji mogących wprowadzać konsumenta w błąd, że prezentowana oferta dotyczy obniżenia opłaty abonamentowej w ramach obowiązującej umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym operatorem (pkt II ppkt 3, 5, 10 rozstrzygnięcia decyzji);
- informacji mogących wprowadzać konsumenta w błąd, że prezentowana oferta dotyczy obniżenia opłaty abonamentowej w ramach obowiązującej umowy zawartej przez konsumenta

¹ Dostęp na dzień 17 grudnia 2015 r.

z dotychczasowym operatorem i jest przejawem jednostronnego działania drugiej strony umowy (pkt II ppkt 1 rozstrzygnięcia decyzji);

- informacji mogących wprowadzać konsumenta w błąd, że prezentowana oferta dotyczy obniżenia opłaty abonamentowej lub zmiany abonamentu w ramach obowiązującej umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym operatorem (pkt II ppkt 2 rozstrzygnięcia decyzji);

- informacji mogących wprowadzać konsumenta w błąd, że oferta prezentowana jest przez dotychczasowego operatora w ramach obowiązującej umowy (pkt II ppkt 4, 7 rozstrzygnięcia decyzji);

- sposobie przekazywania określonych informacji mogącym wprowadzać konsumenta w błąd w zakresie podmiotu, którego dotyczy prezentowana w czasie rozmowy telefonicznej oferta (pkt II ppkt 6, 8, 11 rozstrzygnięcia decyzji);

- informacji nieprawdziwych (pkt II ppkt 9 rozstrzygnięcia decyzji).

Wszystkie wskazane powyżej zachowania Spółki dotyczą takiego sposobu prezentacji informacji dotyczących oferty Novum w trakcie prowadzonych telefonicznych rozmów sprzedażowych, iż konsument mógł zostać wprowadzony w błąd, że przekazywane mu informacje dotyczą obowiązującej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z dotychczasowym operatorem, a nie zaś – jak miało to miejsce w rzeczywistości – zawarcia nowej umowy z zupełnie innym przedsiębiorcą, która skutkuje rozwiązaniem umowy z podmiotem dotychczas świadczącym usługi. W oparciu o przekazywane konsumentowi w trakcie ww. rozmów informacje, konsument mógł zostać wprowadzony w błąd zarówno co do tożsamości przedsiębiorcy, jak i przedmiotu prezentowanej oferty. Konsument mógł zatem pozostawać w błędnym przekonaniu, że oferentem jest jego dotychczasowy operator.

W konsekwencji na gruncie ustalonego stanu faktycznego działania Novum polegające na:

- stosowaniu formuły twierdzenia zamiast formuły propozycji przy prezentowaniu oferty Spółki („np. uprzejmie informuję, że obniżam panu abonament za telefon stacjonarny”);

- używaniu sformułowań opisujących przedmiot składanej konsumentowi oferty jako „obniżka abonamentu” lub w sposób analogiczny sugerujący, że zakres oferty dotyczy wyłącznie obniżenia kosztów opłacanego abonamentu w ramach umowy z dotychczasowym operatorem;

- informowaniu, że dane dotyczące umowy abonenta „zgadzają się” i „przysługuje” mu obniżenie abonamentu (po uprzednim zadaniu szeregu pytań dotyczących łączącej konsumenta z dotychczasowym operatorem umowy);

- wskazywaniu na prawidłowość lub zgodność danych pobranych od konsumenta w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej z danymi znajdującymi się w wewnętrznym systemie;

- wskazywaniu, że obniżenie abonamentu jest efektem nowej procedury;

- czytaniu konsumentowi przez konsultanta oświadczenia o rozwiązaniu umowy z dotychczasowym operatorem w sposób bardzo szybki i niezrozumiały albo łączenie go

z oświadczeniami dotyczącymi wyrażenia zgody na ochronę danych osobowych, a w podsumowaniu pomijaniu treści tego pierwszego;

- w przypadku posiadania przez konsumenta odrębnej umowy o świadczenie usługi dostępu do Internetu i pytania o dostępne promocje dotyczące tej usługi – informowaniu, iż konsultant jest pracownikiem działu sprzedaży, a w celu renegotjowania umowy o świadczenie usługi dostępu do Internetu należy skontaktować się z innym działem (konsultant podaje nr telefonu na infolinię TP);

- szybkim i niewyraźnym wypowiedaniu nazwy Novum S.A.;

- informowaniu, że Novum S.A. jest polskim operatorem, przy jednoczesnym zaznaczeniu, iż Telekomunikacja Polska S.A. lub wszyscy jej klienci zostali „wykupieni” przez francuskiego operatora Orange lub, że doszło do połączenia tych podmiotów;

- zapewnianiu, po uzyskaniu od konsumenta informacji, że korzysta on z usług Telekomunikacji Polskiej S.A., że w związku z tym konsument może skorzystać z obniżenia opłaty abonamentowej;

- niewyprowadzaniu konsumenta z błędnego przeświadczenia lub utwierdzanie go w nim, jakoby dzwoniący konsultant był pracownikiem dotychczasowego operatora;

należało uznać za działania sprzeczne z dobrymi obyczajami, w szczególności z określonym powyżej standardem lojalnego i uczciwego względem konsumentów zachowania przedsiębiorcy-operatora alternatywnego składającego konsumentowi propozycję zmiany dotychczasowego dostawcy usług telekomunikacyjnych.

Zagrożenie lub naruszenie interesu konsumenta

Art. 3 ust. 1 uznk odsyła również do przesłanki zagrożenia lub naruszenia interesu innego przedsiębiorcy lub klienta. Za „klienta” należy uważać konsumenta w rozumieniu uokik (por. wnioski wynikające z wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 20 lutego 2007 r., sygn. akt XVII AmA 95/07). Interesy konsumenta można rozpatrywać zarówno w ekonomicznym, jak i pozaekonomicznym wymiarze. Pozaekonomiczny wymiar poszanowania interesów konsumenta przejawia się w braku narażenia go na niewygodę, stratę czasu, naruszenie prywatności, naruszenie prawa do uczciwego traktowania w relacjach z przedsiębiorcami.

W ocenie Prezesa Urzędu, zasadne jest – mimo iż uznk nie odwołuje się wprost do profilu „przeciętnego konsumenta” – odniesienie praktyki stosowanej przez Spółkę do takiego właśnie modelowego konsumenta danego rodzaju usług. Przeprowadzenie testu przeciętnego konsumenta w sprawach z zakresu nieuczciwej konkurencji uzasadnić należy zastosowaniem tego modelu w licznych orzeczeniach Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej [por. J. Szwaja (red.), *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, Warszawa 2000, s. 29, pkt 25a i wskazane tam orzecznictwo]. W tym zakresie oprzeć się należy na definicji zawartej w ustawie z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206 ze zm.), dalej jako „upnpr”, jak również na orzecznictwie sądów polskich i Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej. Przyjęcie kryterium naruszenia (zagrożenia) interesu przeciętnego konsumenta jest w niniejszej sprawie pomocne dla obiektywnej oceny działań podejmowanych przez Novum. Mowa tu o ocenie, w jakim stopniu zakwestionowana praktyka tego przedsiębiorcy mogła wpłynąć negatywnie

na przeciętnego odbiorcę usług telekomunikacyjnych, z którym Spółka skontaktowała się w celu przedstawienia swojej oferty i jak takie działanie mogło naruszyć jego interes.

Model przeciętnego konsumenta

Zgodnie z art. 2 pkt 8 upnpr, przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Jest to uczestnik rynku mający prawo do uzyskiwania od przedsiębiorcy rzetelnych informacji dotyczących np. stosunku zobowiązaniowego (umowy) łączącego go z przedsiębiorcą, przekazywanych w sposób niewprowadzający w błąd. Oceny tej powinno dokonywać 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 czy umysłowa.

Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech konsumenta – jego „przeciętność” – polegającą na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna. Od przeciętnego konsumenta usług telefonii stacjonarnej oczekiwać więc można, że prawidłowo i rzetelnie poinformowany przez przedsiębiorcę o kształcie składanej mu oferty dotyczącej świadczenia usług telekomunikacyjnych, przed przyjęciem przedstawionej podczas rozmowy telefonicznej propozycji zawarcia nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w sieci stacjonarnej z operatorem alternatywnym przeanalizuje istotne warunki proponowanej umowy, w szczególności okres jej trwania, wysokość miesięcznego zobowiązania z tytułu opłaty abonamentowej, jak również będzie miał na względzie okoliczność, że rozwiązanie zawartej z dotychczasowym dostawcą na czas określony umowy przed upływem okresu jej obowiązywania może pociągać za sobą konieczność poniesienia nakładów finansowych (tj. zwrotu ulgi udzielonej przez dotychczasowego operatora).

Przy ocenie stopnia „przeciętności” konsumenta na gruncie praktyki wskazanej w pkt II rozstrzygnięcia decyzji zasadne było uwzględnienie specyfiki rynku usług telefonii stacjonarnej, w szczególności okoliczności, że usługi tego typu cieszą się większą popularnością w gronie osób starszych przyzwyczajonych do korzystania od wielu lat z usług tego samego dostawcy niż młodszych odbiorców, często w ogóle nie posiadających telefonu stacjonarnego. Potwierdzają to również przekazane przez Spółkę w toku postępowania informacje, stosownie do których, w okresie [***] w zakresie usługi WLR Spółka zawarła [***] umów z osobami powyżej 75 roku, co stanowi ok. [***] % wszystkich umów zawartych w tym okresie. Również ze sporządzonego na zlecenie Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej raportu „Rynek usług telekomunikacyjnych w Polsce w 2013 r. raport z badania klientów indywidualnych” (dostępny pod adresem: http://www.uke.gov.pl/files/?id_plik=14746) wynika, że z telefonii stacjonarnej częściej korzystają osoby w wieku 60 lat i więcej (50%), emeryci i renciści (47%)². Jak wskazuje się w raporcie, głównymi czynnikami wyboru operatora telefonii stacjonarnej są atrakcyjność

² dostęp z dnia 17 grudnia 2015 r.

cenowa oferty oraz atrakcyjność promocji i rabatów, co również zostało uwzględnione na etapie dokonywania oceny działań Spółki pod kątem spełnienia przesłanki bezprawności, a w szczególności ustalania stopnia „przeciętności” konsumenta dotkniętego praktyką Spółki, o której mowa w pkt II rozstrzygnięcia decyzji. Skoro bowiem oferta Novum – jak udowodniono powyżej - była konsumentom przedstawiana w sposób sugerujący, że jest to modyfikacja warunków umowy z dotychczasowym operatorem polegająca na obniżeniu opłaty abonamentowej, a jednocześnie to atrakcyjność cenowa oferty przedsiębiorcy jest czynnikiem mającym najistotniejsze znaczenie przy podejmowaniu przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy o świadczenie usług telefonii stacjonarnej, to zasadne jest przyjęcie, iż przeciętny konsument był w tym przypadku szczególnie wyczulony na przekazywane mu informacje dotyczące ceny oferowanej usługi. To te właśnie informacje mogły w znaczący sposób zwiększyć podatność konsumentów na praktykę Spółki, o której mowa w pkt II rozstrzygnięcia decyzji.

Ocena działań Novum pod kątem zagrożenia lub naruszenia interesu konsumenta

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę, iż określenie stałego czy zamkniętego katalogu interesów konsumentów nie jest możliwe, ani też zasadne (M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy 2004, nr 17, s. 791).

W przedmiotowym stanie faktycznym należy stwierdzić, iż opisana praktyka Spółki naruszyła interesy konsumentów zarówno ekonomiczne (o wymiarze majątkowym), jak i pozaekonomiczne – rozumiane jako prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego dokonywanych czynności na etapie przedkontraktowym oraz w czasie zawierania i wykonywania umowy. W ramach ochrony interesu pozaekonomicznego w orzecznictwie wskazuje się, że należy uwzględniać niewygodę organizacyjną, mitręgę, stratę czasu, nierzetelność traktowania, wprowadzenie w błąd, a także naruszenie prywatności wskutek nieuczciwych działań przedsiębiorców (wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 9 lutego 2011 r., sygn. akt VI ACa 694/10).

Mając na względzie takie wartości jak zaufanie w obrocie gospodarczym i swoboda decydowania o wyborze zarówno przedsiębiorcy, z którym konsument chce zawrzeć umowę, jak i samej usługi i jej zakresu, czy wreszcie prawo do bycia rzetelnie traktowanym przez kontrahenta, Prezes Urzędu ocenił, że Novum nadużyła zaufania konsumentów, którym proponowane było zawarcie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez Spółkę.

Spółka, przekazując konsumentom w trakcie telefonicznych rozmów sprzedażowych nieprawdziwe lub wprowadzające w błąd informacje o swojej ofercie poprzez stosowanie jednego lub kilku spośród zachowań wymienionych w ppkt 1-11 pkt II rozstrzygnięcia decyzji, godziła w interesy konsumentów tak o wymiarze ekonomicznym, jak i pozaekonomicznym.

Zgromadzony w toku postępowania materiał dowodowy wskazuje, że konsumentowi nie komunikowano w sposób jasny i jednoznaczny, że obniżenie stawki abonamentu pociąga za sobą konieczność rozwiązania umowy z dotychczasowym operatorem i zmiany

dotychczasowego dostawcy usług. Tym samym, działanie Spółki naraziło konsumentów bądź na konieczność ponoszenia opłat z tytułu rozwiązania umowy z dotychczasowym dostawcą usług, bądź – w przypadku, gdy konsument orientował się, że na skutek skorzystania z proponowanego przez Spółkę „obniżenia abonamentu” zawarł nową umowę, której nie chciał, i rezygnował z usług Novum – koniecznością uiszczenia na rzecz Novum tzw. opłaty wyrównawczej (naruszenie interesów konsumentów o charakterze ekonomicznym) stosownie do regulacji art. 57 ust. 6 Pt.³Nie jest również wykluczone, że konsument mógł zostać obciążony obydwoma opłatami, o których mowa powyżej - najpierw opłatą wyrównawczą na rzecz dotychczasowego operatora, a następnie opłatą wyrównawczą na rzecz Novum.

Z kolei naruszenie interesów konsumentów o charakterze pozaekonomicznym przejawiało się w niniejszej sprawie przede wszystkim w uniemożliwieniu, a co najmniej utrudnieniu konsumentowi podjęcia świadomej decyzji ekonomicznej dotyczącej zakończenia stosunku umownego z dotychczasowym dostawcą usług telekomunikacyjnych i zawarcia nowej umowy ze Spółką. Skutek ten spowodowany był działaniami lub zaniechaniami Novum w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, co obrazują przedstawione poniżej fragmenty takich rozmów:

1) telefoniczna rozmowa sprzedażowa (rozmowa nr 34)

00:40 minuta rozmowy CC: *Kontaktuję się, aby poinformować, że z dniem 1 lutego dla stałych klientów Telekomunikacji Polskiej przygotowane są obniżki abonamentu. (...)*

K: *Jak my należymy nie do telekomunikacji, ale do NOMU.*

CC: *No to ja dzwonię z Telekomunikacji Novum.*

K: *Aha.*

CC: *No właśnie.*

13:08 K: *Bo Pani wspominała Novum... to jest to samo co NOM czy nie?*

CC: *Proszę Pana, to są te same łącza, ten sam telefon (...) Pan działa na tych samych łączach.*

K: *Ale rachunek będzie z Novum a nie z NOM?*

CC: *Dokładnie, ale z tańszą opłatą.*

K: *Aha.*

2) Telefoniczna rozmowa sprzedażowa (rozmowa nr 35)

00:40 CC: *Kontaktuję się, ponieważ od stycznia obniżamy już na stałe kwotę abonamentu. Czy umowa jest na czas nieokreślony?*

K: *Ale to ta sama umowa co była? (...) Ja miałam na ten najniższy? (...)*

³ Zgodnie z art. 57 ust. 6 Pt 6. w przypadku zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w tym o zapewnienie przyłączenia do publicznej sieci telekomunikacyjnej, związanego z ulgą przyznaną abonentowi, wysokość roszczenia z tytułu jednostronnego rozwiązania umowy przez abonenta lub przez dostawcę usług z winy abonenta przed upływem terminu, na jaki umowa została zawarta, nie może przekroczyć wartości ulgi przyznanej abonentowi pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania. Roszczenie nie przysługuje w przypadku rozwiązania przez konsumenta umowy przed rozpoczęciem świadczenia usług, chyba że przedmiotem ulgi jest telekomunikacyjne urządzenie końcowe.

CC: *Abonament socjalny został zlikwidowany. Teraz jest podstawowy (...)*

3) Telefoniczna rozmowa sprzedażowa (rozmowa nr 32)

00:06 CC: *Telekomunikacja Novum S.A. (niewyraźne odczytanie nazwy przedsiębiorcy – przypis Prezesa Urzędu). Ja dzwonię z informacją, że od marca będzie obniżona opłata abonamentowa za telefon. Obecnie posiada Pan umowę na czas nieokreślony?*

K: *Ale ja jestem w Orange?*

CC: *Ja wiem, że Pan jest w Orange, my z Orange mamy podpisaną umowę i działamy na tych samych łączach i dlatego możemy obniżać abonamenty.*

4) Telefoniczna rozmowa sprzedażowa (rozmowa nr 36)

00:17 CC: *I tak od kwietnia nastąpi zmiana abonamentu. To jest nowy okres rozliczeniowy. Abonament za kwiecień wyniesie tylko 1,23 zł (...).*

K: *Mamy tutaj wątpliwości. Wolalabym tego nie robić przez telefon.*

CC: *Już wszystko wyjaśniam. (...) Sporządzimy po prostu wniosek o wprowadzenie obniżki.*

5) Telefoniczna rozmowa sprzedażowa (rozmowa nr 5)

00:15 CC: *Kontaktuję się, gdyż wraz z nowym okresem rozliczeniowym obniżamy koszty Pani abonamentu za telefon stacjonarny.*

K: *Ale ja nie skorzystam.*

CC: *Ale to jest obniżka dla wszystkich. (...) Dla każdego abonamentu przypisana jest obniżka, więc on i tak będzie obniżony.*

CC: *Obniżka będzie miała miejsca już za listopad.*

K: *Ale obniżka za abonament?*

CC: *Nasza firma abonament obniża.*

Jak wynika z przytoczonych powyżej oraz we wcześniejszej części niniejszej decyzji fragmentów telefonicznych rozmów sprzedażowych, Spółka naruszała pozaekonomiczne interesy konsumentów w zakresie prawa do uzyskania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez sugerowanie, że przedmiotem prezentowanej konsumentowi oferty jest obniżenie opłaty abonamentowej w ramach dotychczasowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, nie zaś – jak miało to miejsce w rzeczywistości – zawarcie nowej umowy z konkurencyjnym dostawcą, jakim jest Novum. Osiągnięciu tego celu służyło wiele zachowań szczegółowo opisanych w pkt II ppkt 1-11 rozstrzygnięcia decyzji.

Przeciwny konsument, który uzyskuje na początku rozmowy informację, że przysługuje mu obniżenie abonamentu lub że abonament będzie obniżony od następnego miesiąca [często informacja ta była opatrywana stwierdzeniem, że przysługuje ona wszystkim klientom Telekomunikacji Polskiej – np. *Kontaktuję się, aby poinformować, że z dniem 1 lutego dla stałych klientów Telekomunikacji Polskiej przygotowane są obniżki abonamentu. (...)*], telefoniczna rozmowa sprzedażowa (rozmowa nr 34)], a któremu następnie wskazuje się, że jedyną czynnością faktyczną, jaka musi zostać dokonana w celu skorzystania z obniżenia jest pobranie danych z faktury za usługi telekomunikacyjne, mógł pozostawać w uzasadnionym błędnym przeświadczeniu, że oferentem jest podmiot, z którym konsumenta

łączy aktualnie umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Za racjonalne, w szczególności w świetle zebranego w postępowaniu materiału dowodowego w postaci nagrań telefonicznych rozmów sprzedażowych, należy bowiem uznać przekonanie przeciętnego konsumenta, że aby możliwe było dokonanie obniżenia opłat za świadczone usługi, konieczne jest najpierw istnienie stosunku umownego, w ramach którego konsument był już zobowiązany do uiszczania określonej ceny, która mogłaby następnie ulec obniżeniu.

Przekonanie to wspiera sposób pozyskiwania przez przedsiębiorcę informacji. Już sam schemat analizowanych rozmów sprzedażowych, tj. nie tylko treść podawanych informacji o ofercie i oferencie, ale także sekwencja podawania określonych informacji oraz zadawania pytań przez konsultantów Spółki, mógł wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd. Na początku rozmowy konsultant podaje co prawda nazwę przedsiębiorcy, z tym, że jest ona wypowiedziana w sposób szybki i niezrozumiały. Nierzadko mówiąc „Telekomunikacja Novum” konsultant akcentował wyłącznie pierwszy człon nazwy w taki sposób, że drugi człon - słowo „Novum” - był co najmniej trudny do zrozumienia. Zauważenia wymaga również, że wyraz ten może nasuwać skojarzenia z czymś nowym, np. nową ofertą, nową promocją. Zwykle także klienci, którzy nie dosłyszeli/zrozumieli nazwy przedsiębiorcy na początku rozmowy (w szczególności osoby starsze) nie przyznają się do tego rozmówcy wprost, ale próbują wywnioskować te dane z kontekstu dalszej rozmowy. Na gruncie niniejszej sprawy, mając na uwadze treść i sekwencję podawanych konsumentowi informacji, mógł on mieć trudność z ustaleniem rzeczywistej tożsamości oferenta i jego oferty. Ponadto (co obrazują przytoczone powyżej przykłady telefonicznych rozmów sprzedażowych), w sytuacji, gdy konsument ujawniał swoje wątpliwości, nie był wyprowadzany z błędu bądź nawet był przez konsultanta utwierdzany w swoim błędnym przeświadczeniu.

Rozmowa rozpoczynała się zwykle od podania przez konsultanta informacji, iż kontaktuje się on w sprawie obniżenia rachunku za telefon stacjonarny, następnie zaś padało pytanie, czy umowa (przy czym pojęcie to bardzo często nie było opatrzone przez pracownika uszczegółowieniem, że chodzi o umowę z dotychczasowym operatorem bądź wymienieniem nazwy tego podmiotu, a jeśli padała nazwa dotychczasowego operatora, to tylko po to, ażeby później wskazać, że w związku z tym konsument może skorzystać z obniżenia abonamentu) jest umową na czas nieokreślony. Co istotne, bardzo często pytanie to zadawane było w formule zbliżonej do twierdzenia, a zatem sugerującej, że kontaktujący się pracownik Spółki posiada wiedzę w tym zakresie, np. „umowa jest na czas nieokreślony, tak?” (np. rozmowa nr 1, rozmowa nr 10, rozmowa nr 13, rozmowa nr 19). Tym samym już na początku rozmowy sprzedażowej u konsumenta mogło pojawić się przekonanie, że oferentem jest jego dotychczasowy operator.

Następnie pracownik informował konsumenta, że w celu obniżenia abonamentu potrzebne są mu dane z rachunku za telefon, m.in. w postaci numeru ewidencyjnego klienta, adresu zamieszkania itp., o których podanie prosił konsumenta. Bardzo często pracownik opisywał konsumentowi wygląd zewnętrzny faktury, wskazując, gdzie umiejscowione są względem siebie poszczególne pola z niezbędnymi konsultantowi informacjami. W niektórych przypadkach pracownik podawał ponadto pierwsze cyfry numeru ewidencyjnego klienta u dotychczasowego operatora lub nazwę miejscowości, w której mieszka konsument z pytaniem, jaki jest do niej kod pocztowy (np. rozmowa nr 22, rozmowa nr 9, rozmowa nr 13, rozmowa nr 5, rozmowa nr 6). W konsekwencji opisanych zachowań konsument mógł nabrać uzasadnionego przekonania, że konsultant jedynie potwierdza

zgodność posiadanych przez siebie danych, co ma nierzadko miejsce w przypadku kontaktu przedsiębiorcy ze swoim klientem w sprawie już zawartej umowy.

W prowadzonych z konsumentami rozmowach często pojawiało się także nawiązanie do dotychczasowego operatora i jego oferty w sposób sugerujący, że jest to kwestia, co do której kontaktujący się pracownik posiada już wiedzę i pragnie ją tylko u konsumenta potwierdzić (np. rozmowa nr 16, rozmowa nr 21).

W analizowanych rozmowach pojawiały się również przypadki, w których konsultant pytał, jaki podmiot jest wpisany w polu sprzedawca na fakturze, a po podaniu przez konsumenta nazwy dotychczasowego operatora konsulat oświadczał, że podane dane są prawidłowe (np. rozmowa nr 6, rozmowa nr 7).

W tym miejscu należy zaznaczyć, że dane konsumenta, które musi pozyskać pracownik Spółki potrzebne są do sporządzenia prawidłowego zamówienia WLR, które nowy operator usług telekomunikacyjnych musi skierować do podmiotu dotychczas świadczącego usługi konsumentowi. Natomiast z informacji przekazywanych konsumentowi podczas rozmowy telefonicznej wynika raczej, że są to informacje potrzebne wyłącznie do aktywacji tańszego abonamentu.

Sposób prezentacji mógł sugerować konsumentowi, że obniżenie abonamentu jest działaniem automatycznym niezależnym od woli abonenta i obejmuje wszystkich abonentów operatora, z którego usług konsument do tej pory korzystał (np. *Dzwonię, ponieważ obniżamy na stałe abonament telefoniczny i teraz ten stały abonament obniżony będzie wynosił 35 zł 90 gr brutto i w tym będzie 70 minut darmowych* - rozmowa nr 8; *Dzwonię, ponieważ obniżamy na stałe wszystkim abonamenty telefoniczne, Pani z Telekomunikacji Polskiej korzysta? (...) To jak najbardziej możemy Pani obniżyć ten abonament (...)* - rozmowa nr 19; (...) *Kontaktuję się, gdyż wraz z nowym okresem rozliczeniowym obniżamy koszty Pani abonamentu za telefon stacjonarny. (...) Ale to jest obniżka dla wszystkich. (...) Dla każdego abonamentu przypisana jest obniżka, więc on i tak będzie obniżony* - rozmowa nr 5).

Skutkiem prowadzonej w opisany powyżej sposób rozmowy sprzedażowej mogło być wprowadzenie konsumenta w błąd co do kształtu prezentowanej mu oferty, jak również co do osoby oferenta, gdyż konsument mógł pozostawać w przeświadczeniu, że kontaktuje się z nim jego dotychczasowy operator w celu zmodyfikowania warunków świadczenia usług w ramach już obowiązującej umowy. Takie działanie, jako sprzeczne z dobrymi obyczajami, mogło również zagrażać lub naruszać interes konsumenta, który na skutek działań Spółki, mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której nie podjąłby w sytuacji, gdyby posiadał pełne, niewprowadzające w błąd i prawdziwe informacje dotyczące prezentowanej mu oferty.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w art. 24 ust. 3 uokik, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów pewnej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Ochrona zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne

w tym znaczeniu, że mogą dotknąć każdego konsumenta będącego lub mogącego być potencjalnie kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony są zatem interesy wszystkich aktualnych lub potencjalnych klientów – traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 10 lipca 2008 r., sygn. akt VI ACa 306/08).

Stanowisko to zostało potwierdzone również w orzecznictwie Sądu Najwyższego, który w uzasadnieniu jednego z wyroków stwierdził, iż „nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczbie potencjalnych konsumentów” (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 września 2003 r., sygn. akt I CKN 504/01). W innym orzeczeniu Sąd Najwyższy podkreślił, że „praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy” (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 10 września 2008 r., sygn. akt III SK 27/07; por. również wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 września 2013 r., sygn. akt VI ACa 67/13).

Nie ulega wątpliwości, że działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Dla stwierdzenia godzenia w zbiorowe interesy konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Jak podnosi się w doktrynie, w pojęciu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mieści się także działanie przedsiębiorcy skierowane wprawdzie do oznaczonych (indywidualizowanych) konsumentów, o ile przy tym konsumentów tych łączy jakaś wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie – z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę – zbiorowością przypadkowych jednostek, lecz stanowiącą określoną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy (zob. M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy 2004, nr 17, s. 791). Należy zatem przyjąć, że zbiorowy interes konsumentów nie musi odnosić się do nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się indywidualizować, gdyż indywidualizacja nie sprzeciwia się możliwości wyodrębnienia kategorii bądź zbioru konsumentów o pewnych cechach. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu.

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z godzeniem w zbiorowe interesy konsumentów. Zarówno na praktykę Spółki, o której mowa w pkt I, jak i praktykę z pkt II rozstrzygnięcia decyzji mógł być narażony każdy konsument posiadający telefon

stacjonarny. Bezprawne działanie Spółki nie dotyczyło bowiem interesów poszczególnych osób, lecz szerokiego kręgu abonentów-konsumentów, których sytuacja była identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy.

Praktyka wskazana w pkt I rozstrzygnięcia decyzji godziła przede wszystkim w pozaekonomiczny interes konsumenta, jakim z pewnością jest prawo do prywatności i ochrony przed niechcianymi komunikatami handlowymi dotyczącymi oferty świadczenia usług telekomunikacyjnych na zmienionych warunkach. Art. 6 ust. 3 uonpk gwarantuje konsumentowi wolność od otrzymywania niechcianych ofert za pośrednictwem środków komunikowania się na odległość, gwarantując jednocześnie konsumentowi prawo do swobodnego dysponowania swoimi zasobami czasowymi. Dalszą konsekwencją praktyki Novum z pkt I rozstrzygnięcia decyzji jest także naruszenie ekonomicznych interesów konsumentów, o którym mowa poniżej (gdyby nie praktyka opisana w pkt I rozstrzygnięcia decyzji, w wielu przypadkach nie doszłoby do naruszenia opisanego w pkt II rozstrzygnięcia decyzji).

W przypadku praktyki wskazanej w pkt II rozstrzygnięcia decyzji godzenie w zbiorowe interesy konsumentów dotyczyło nierzetelnego informowania konsumentów o osobie oferenta oraz warunkach składanej oferty, co mogło utrudnić konsumentowi podjęcie świadomej decyzji rynkowej. Praktyka Spółki naraziła konsumentów bądź na konieczność ponoszenia opłat z tytułu rozwiązania umowy z dotychczasowym dostawcą usług, bądź – w przypadku, gdy konsument orientował się, że na skutek skorzystania z proponowanego przez Spółkę „obniżenia abonamentu” zawarł nową umowę, której nie chciał, i rezygnował z usług Novum – koniecznością uiszczenia na rzecz Novum tzw. opłaty wyrównawczej (naruszenie interesów konsumentów o charakterze ekonomicznym).

Mając powyższe na względzie, należy uznać za udowodnione, że opisane w pkt I i II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji praktyki Spółki naruszają zbiorowy interes konsumentów.

Stwierdzenie zaniechania stosowania przez Novum praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wskazanych w pkt I i II rozstrzygnięcia decyzji

Na podstawie art. 27 uokik w przypadku zaniechania stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 uokik, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu przedmiotowej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jednocześnie stwierdzając zaniechanie jej stosowania.

Prezes Urzędu stwierdził zaniechanie stosowania praktyk opisanych w pkt I i II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji odpowiednio w następujących datach:

- w zakresie praktyki z pkt I w dniu 16 maja 2014 r.,
- w zakresie praktyki z pkt II w dniu 2 stycznia 2014 r.

Za datę zaniechania praktyki opisanej w pkt I rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu przyjął [***]. (pismo Spółki z dnia 27 lipca 2015 r.).

Jednocześnie mając na uwadze wejście w życie art. 172 Pt w znowelizowanym brzmieniu, Prezes Urzędu w toku prowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, pismem z dnia 9 czerwca 2015 r., zasygnalizował Spółce zmiany w treści przepisów regulujących działalność Spółki kwestionowaną w praktyce z pkt I rozstrzygnięcia decyzji. Podkreślenia wymaga jednak, że

powyższa informacja została do Spółki skierowana na etapie postępowania, w którym nie nastąpiły jeszcze ustalenia w odniesieniu do kwestii zaniechania przez Spółkę przedmiotowej praktyki. Tym samym, zasadne było, w ocenie Prezesa Urzędu, uprzedzenie Spółki o aktualizacji podstawy prawnej postawionego zarzutu.

Za datę zaniechania praktyki, o której mowa w pkt II rozstrzygnięcia decyzji, Prezes Urzędu przyjął [***] (pismo Spółki z dnia 27 lipca 2015 r.).

Mając na uwadze powyższe, orzeka się jak w pkt I i II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

III. Nakaz publikacji decyzji

Zgodnie z art. 26 ust. 2 uokik w decyzji, o której mowa w ust. 1, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. Może również nakazać publikację decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 27 ust. 4 uokik, przepis art. 26 ust. 2 stosuje się odpowiednio w przypadku decyzji, o których mowa w art. 27 ust. 2 uokik.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu nałożył na Spółkę, na podstawie art. 26 ust. 2 uokik w zw. z art. 27 ust. 4 w zw. z art. 27 ust. 2 uokik, obowiązek publikacji decyzji w całości, na koszt Novum na stronie internetowej Spółki (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa www.t-novum.pl), w ciągu 30 (trzydziestu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji w ten sposób, że odnośnik do treści decyzji powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywany jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 1 (jednego) miesiąca od daty opublikowania na stronie internetowej (pkt III.1 sentencji decyzji) oraz obowiązek publikacji pkt II sentencji niniejszej decyzji, na koszt Novum Spółka Akcyjna w czasopiśmie „Fakt” lub „SuperExpress”, w module obejmującym co najmniej 25% strony, czcionką nie mniejszą niż 11 (jedenaście) punktów, w ciągu 60 (sześćdziesięciu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji (pkt III.2 sentencji decyzji).

Należy wskazać, że zamieszczenie elementów dodatkowych w decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzeniu zaniechania jej stosowania może zmierzać, z uwagi na charakter tej decyzji, do osiągnięcia innych celów niż w decyzji nakazującej zaniechanie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Decyzja wydawana w trybie art. 27 ust. 1 uokik dotyczy bowiem sytuacji, gdy przedsiębiorca nie stosuje już praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Zatem, celem umieszczenia w niej elementów dodatkowych jest dążenie do wyeliminowania skutków działań przedsiębiorcy poprzez realizację funkcji edukacyjnej oraz prewencyjnej wobec innych uczestników rynku – zarówno przedsiębiorców, jak i konsumentów, przy czym podkreślenia wymaga, że zgodnie z orzecznictwem Sądu Najwyższego *odpowiednie stosowanie art. 26 ust. 2 zd. 2 uokik w decyzjach wydawanych na podstawie art. 27 uokik upoważnia organ ochrony konsumentów do nałożenia na przedsiębiorcę obowiązku publikacyjnego niezależnie od stwierdzenia potrzeby usunięcia trwających skutków naruszenia* (postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 23 kwietnia 2015 r., sygn. akt III SK 61/14). Jak stwierdził ponadto Sąd Najwyższy w cytowanym powyżej orzeczeniu,

rozpowszechnianie decyzji pełni funkcję wychowawczą wobec konsumentów oraz funkcję prewencyjną wobec innych przedsiębiorców.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał za zasadne nakazanie podania do wiadomości szerokiego kręgu odbiorców informacji o praktykach Spółki, które zostały uznane za bezprawne. Spełni to niewątpliwie funkcję wychowawczą wobec konsumentów, stanowiąc kolejny element edukacji konsumenckiej zmierzającej do kształtowania modelu polskiego konsumenta na wzór europejski – tj. konsumenta uważnego, ostrożnego i dobrze poinformowanego, zwracając im uwagę na poprawność form kontaktu przedsiębiorcy z konsumentem. Tym samym, także w odniesieniu do konsumentów zrealizowana zostanie funkcja prewencyjna, gdyż informując o bezprawnych praktykach oraz przestrzegając przed nimi, należy zakładać, że świadomość konsumencka wzrośnie i konsumenci uważniej będą podchodzić do składanych im przez przedsiębiorców ofert. Funkcja edukacyjna i prewencyjna poprzez omawiany nakaz publikacji będzie realizować się także w odniesieniu do innych profesjonalnych uczestników rynku, których nie należy ograniczać wyłącznie do przedsiębiorców, których przedmiotem działalności jest świadczenie usług telekomunikacyjnych. Publikacja ma stanowić czytelną informację dla przedsiębiorców, jakie wymogi informacyjne powinny zostać spełnione w przypadku zawierania umów w trybie poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość, a jednocześnie ostrzegać, iż w przypadku braku dochowania wymaganych standardów i zastosowania podobnej praktyki muszą liczyć się z określonymi sankcjami. Prezes Urzędu wziął przy tym pod uwagę, że obowiązek publikacyjny nałożony w pkt III.1 nie będzie wiązał się z koniecznością poniesienia przez Spółkę istotnych kosztów i pozostanie zasadniczo irrelevantny dla jej sytuacji ekonomicznej. W odniesieniu natomiast do obowiązku nałożonego w pkt III.2, Prezes Urzędu uznał, że ze względu na charakter praktyki opisanej w pkt II sentencji decyzji, zasadne jest, aby informacja o bezprawności tego rodzaju postępowania dotarła do jak najszerszego kręgu odbiorców.

Mając na uwadze powyższe, orzeka się jak w pkt III rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

IV. Nałożenie kary pieniężnej

Stosownie do art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik w związku z art. 3 ustawy o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu 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). Przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, o których mowa w art. 106-108 uokik, Prezes Urzędu powinien wziąć pod uwagę w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy (art. 111

uokik w związku z art. 3 ustawy o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego).

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał za zasadne skorzystanie z przysługującego mu na mocy przepisów uokik uprawnienia do nałożenia kary pieniężnej w sytuacji stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zarówno w odniesieniu do praktyki opisanej w pkt I, jak i w pkt II rozstrzygnięcia decyzji.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszych kar jest przychód osiągnięty przez Spółkę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, który wyniósł [***] i został ustalony na podstawie złożonego pismem z dnia 27 lipca 2015 r. zeznania podatkowego Spółki za rok 2014. Maksymalna kara pieniężna, jaka może zostać nałożona na Spółkę w oparciu o przepis art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik wynosi [***] po zaokrągleniu do pełnych złotych.

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt I rozstrzygnięcia decyzji

W pkt I sentencji niniejszej decyzji uznano określone działanie Spółki za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzono zaniechanie jej stosowania. Praktyka ta polegała na składaniu konsumentom, w trakcie rozmów telefonicznych, propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, bez uprzedniej zgody konsumenta na posłużenie się telefonem w celu złożenia propozycji zawarcia umowy, co stanowiło naruszenie prawa konsumenta do prywatności i ochrony przed niechcianymi komunikatami handlowymi dotyczącymi oferty świadczenia usług telekomunikacyjnych na zmienionych warunkach. Art. 6 ust. 3 uonpk gwarantuje bowiem konsumentowi wolność od otrzymywania niechcianych ofert za pośrednictwem środków komunikowania się na odległość, gwarantując jednocześnie konsumentowi prawo do swobodnego dysponowania swoimi zasobami czasowymi.

Przy nakładaniu kary istnieje konieczność spełnienia przesłanek podmiotowych, tj. stwierdzenia, czy określone w art. 6 ust. 3 uonpk naruszenie dokonane było nieumyślnie czy umyślnie. W świetle obowiązujących przepisów prawa nieumyślność naruszenia przepisów ustawy nie wyklucza istnienia podstaw do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej. Stwierdzenie nawet nieumyślnego naruszenia ustawy daje zatem podstawę do nałożenia kary pieniężnej. Zgodnie z art. 83 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz. U. z 1997 r. Nr 78, poz. 483 ze zm.), każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania norm prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego. Dokonując oceny strony podmiotowej praktyki Spółki wskazanej w pkt I rozstrzygnięcia decyzji, Prezes Urzędu rozważył przede wszystkim, czy miała ona zamiar ich stosowania czy też praktyka ta była jedynie skutkiem niezachowania przez nią ostrożności wymaganej w danych okolicznościach. Zdaniem Prezesa Urzędu ogół okoliczności sprawy każe przyjąć, że praktyka spowodowana była niedołożeniem przez Spółkę wystarczających starań, by proces składania propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przebiegał w sposób prawidłowy, z poszanowaniem wymogów określonych w obowiązujących przepisach prawa. W ocenie Prezesa Urzędu, Spółka przystępując do organizowania działalności polegającej na świadczeniu usług telekomunikacyjnych, a w jej ramach składania propozycji zawarcia takich umów za pomocą środków porozumiewania się na odległość powinna uwzględnić wszelkie wymogi odnoszące się do tego rodzaju

działalności (ze szczególnym uwzględnieniem tych znajdujących się w podstawowym akcie prawnym regulującym zawieranie umów w trybie na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa), a w przeciwnym razie – uwzględnić możliwość naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Jednocześnie w ocenie Prezesa Urzędu brak jest podstaw do uznania, że przedsiębiorca ten nie miał możliwości przewidzenia, że podejmowane przez niego działania mają charakter bezprawny. W świetle powyższego, należy stwierdzić, że stosując zarzucaną praktykę Spółka działała nieumyślnie, co w konsekwencji skutkuje wypełnieniem przesłanki z art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik, umożliwiającej nałożenie kary pieniężnej.

Ustalenie kary w przedmiotowej sprawie miało charakter wieloetapowy, co spowodowane było zaistnieniem w postępowaniu okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonej praktyki i na tej podstawie ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary – dokonał gradacji ustalonej kwoty bazowej.

Przy ustalaniu kwoty bazowej Prezes Urzędu uwzględnił przesłanki, o których mowa w art. 111 uokik. Prezes Urzędu w szczególności wziął pod uwagę, że praktyka stosowana przez Spółkę godziła w zbiorowe interesy konsumentów na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy ukierunkowane na pozyskiwanie konsumentów lub złożenie oferty konsumentom, mające na celu skłonienie ich do zawarcia kontraktu (etap przedkontraktowy z wpływem na zawieranie umowy). Od profesjonalisty należy bowiem wymagać, by nie uzyskiwał samej możliwości przedstawienia swojej oferty (rozumianej jako dostęp do konsumenta) w sposób sprzeczny z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa.

Tymczasem praktyka wskazana w pkt I rozstrzygnięcia decyzji naruszała nie tylko pozaekonomiczne interesy konsumentów, takie jak prawo do prywatności i ochrony przed niechcianymi komunikatami handlowymi dotyczącymi oferty świadczenia usług telekomunikacyjnych składanymi za pośrednictwem środków komunikowania się na odległość, oraz niezakłóconego uczestniczenia w rynku na zasadach opisanych w powszechnie obowiązujących przepisach prawa (w tym wypadku w art. 6 ust. 3 uonpk), ale godziła również w ich interesy ekonomiczne - gdyby nie praktyka opisana w pkt I rozstrzygnięcia decyzji, w wielu przypadkach nie doszłoby do naruszenia z pkt II rozstrzygnięcia decyzji, które, jak wskazano powyżej, mogło pociągać za sobą negatywne konsekwencje finansowe dla konsumentów.

Oceniając wagę naruszenia, Prezes UOKiK miał również na względzie, iż zakwestionowana praktyka wymierzona była we wszystkich konsumentów korzystających z usług telefonii stacjonarnej, z którymi kontaktowała się Spółka przy wykorzystaniu telefonu. Prezes Urzędu uwzględnił ponadto długotrwały okres stosowania praktyki (co najmniej od początku 2012 r. do 15 maja 2014 r.), jak również okoliczność braku uprzedniego naruszenia przepisów ustawy.

Przedstawiona powyżej analiza stwierdzonego naruszenia pozwoliła Prezesowi Urzędu na przyjęcie kwoty bazowej służącej do obliczenia kary w wysokości [***] %

przychodu osiągniętego przez Spółkę. Tym samym ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa, po zaokrągleniu do pełnych złotych wynosi [***].

Dokonując ustalenia ostatecznego wymiaru kary pieniężnej nałożonej na Spółkę, Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących. I tak, ustalając wysokość kary, jako okoliczność łagodzącą wzięto pod uwagę, iż Novum zaniechała stosowania praktyki będącej przedmiotem postępowania w sprawie naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. Prezes Urzędu przyjął datę 16 maja 2014 r. jako moment zaniechania stosowania kwestionowanej praktyki. Na przyjęty procent, o jaki został obniżony wyjściowy poziom kary z tego powodu miała wpływ okoliczność, że zaniechanie to nastąpiło dopiero na dalszym etapie postępowania i nie było skutkiem zmiany obowiązującej w Spółce procedury w zakresie uzyskiwania zgody konsumenta na kontakt telefoniczny w celu złożenia propozycji zawarcia umowy (czego *de facto* dotyczyło zakwestionowane w pkt I rozstrzygnięcia decyzji zachowanie Spółki) [***].

Jednocześnie w niniejszej sprawie miała miejsce okoliczność przemawiająca za podwyższeniem kwoty bazowej kary – znaczny zasięg naruszenia związany z faktem, że Novum działała na terenie całej Polski i kontaktowała się z dużą ilością konsumentów w celu zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Prezes Urzędu uznał, iż zaistniała w niniejszej sprawie okoliczność łagodząca uzasadnia zmniejszenie wyjściowego poziomu kary o 10%, zaś okoliczność obciążająca uzasadnia zwiększenie wyjściowego poziomu kary o 20%.

W świetle powyższych okoliczności, wysokość kary ustalono na poziomie 47 689 zł (słownie: czterdzieści siedem tysięcy sześćset osiemdziesiąt dziewięć złotych). Oznacza to, że nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik i jednocześnie stanowi [***] % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2014 r. czyli [***] % kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt II rozstrzygnięcia decyzji

W pkt II sentencji niniejszej decyzji uznano określone działanie Spółki za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzono zaniechanie jej stosowania. Praktyka ta polegała na przekazywaniu konsumentom w trakcie rozmów telefonicznych nieprawdziwych lub wprowadzających konsumentów w błąd informacji dotyczących oferty Novum poprzez stosowanie jednego lub kilku spośród zachowań wymienionych w ppkt 1-11 pkt II rozstrzygnięcia decyzji. Tym samym Spółka dopuściła się naruszenia prawa konsumenta do uzyskania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Przystępując do organizowania działalności będącej przedmiotem niniejszego postępowania administracyjnego Spółka powinna uwzględnić wszelkie okoliczności dotyczące przekazywanych w telefonicznych rozmowach sprzedażowych treści, w tym także potrzebę ochrony interesów konsumentów rozumianych jako prawo do prawdziwej i nie wprowadzającej w błąd informacji, a w przeciwnym razie – uwzględniać możliwość naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Przy nakładaniu kary istnieje konieczność spełnienia przesłanek podmiotowych, tj. stwierdzenia, czy przypisane przedsiębiorcy naruszenie dokonane było nieumyślnie czy

umyślnie. W świetle obowiązujących przepisów prawa nieumyślność naruszenia przepisów ustawy nie wyklucza istnienia podstaw do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej. Stwierdzenie nawet nieumyślnego naruszenia ustawy daje zatem podstawę do nałożenia kary pieniężnej. Zgodnie z art. 83 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania norm prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego. Dokonując oceny strony podmiotowej praktyki Spółki wskazanej w pkt II rozstrzygnięcia decyzji, Prezes Urzędu zważył przede wszystkim, czy miała ona zamiar ich stosowania czy też praktyki te były jedynie skutkiem niezachowania przez nią ostrożności wymaganej w danych okolicznościach. Zdaniem Prezesa Urzędu ogół okoliczności sprawy każe przyjąć, że praktyka spowodowana była niedołożeniem przez Spółkę wystarczających starań, by proces składania propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przebiegał w sposób prawidłowy, z poszanowaniem wymogów określonych w obowiązujących przepisach prawa, w tym prawa konsumenta do uzyskania do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. W ocenie Prezesa Urzędu, Spółka przystępując do organizowania działalności polegającej na świadczeniu usług telekomunikacyjnych, a w jej ramach składania propozycji zawarcia umów dotyczących takich usług za pomocą środków porozumiewania się na odległość powinna uwzględnić wszelkie okoliczności dotyczące przekazywanych w telefonicznych rozmowach sprzedażowych treści, w tym także potrzebę ochrony interesów konsumentów rozumianych jako prawo do prawdziwej i nie wprowadzającej w błąd informacji, a w przeciwnym razie – uwzględnić możliwość naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Jednocześnie w ocenie Prezesa Urzędu brak jest podstaw do uznania, że przedsiębiorca ten nie miał możliwości przewidzenia, że podejmowane przez niego działania mają charakter bezprawny. W świetle powyższego, należy stwierdzić, że stosując zarzucaną praktykę Spółka działała nieumyślnie, co w konsekwencji skutkuje wypełnieniem przesłanki z art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik umożliwiającej nałożenie kary pieniężnej.

Ustalenie kar w przedmiotowej sprawie miało charakter wieloetapowy, co spowodowane było zaistnieniem w postępowaniu okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych praktyk i na tej podstawie ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary – dokonał gradacji ustalonej kwoty bazowej.

Przy ustalaniu kwoty bazowej Prezes Urzędu uwzględnił przesłanki, o których mowa w art. 111 uokik. Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że praktyki stosowane przez Spółkę godziły w zbiorowe interesy konsumentów na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy ukierunkowane na pozyskiwanie konsumentów lub złożenie oferty konsumentom, mające na celu skłonienie do zawarcia kontraktu. Jednocześnie skutki zakwestionowanej praktyki Spółki rozciągały się w znacznym stopniu również na etap zawierania kontraktu, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy wobec konsumenta wyrażającego zamiar zawarcia kontraktu polegające na naruszeniu przepisów prawa wpływające na treść kontraktu. Zakwestionowana praktyka Spółki naraziła konsumentów bądź na konieczność ponoszenia opłat z tytułu rozwiązania umowy z dotychczasowym dostawcą usług, bądź – w przypadku, gdy konsument orientował się, że na skutek

skorzystania z proponowanego przez Spółkę „obniżenia abonamentu” zawarł nową umowę, której nie chciał, i rezygnował z usług Novum – koniecznością uiszczenia na rzecz Novum tzw. opłaty wyrównawczej. Nie jest również wykluczone, że konsument mógł zostać obciążony obydwoma opłatami, o których mowa powyżej - najpierw opłatą wyrównawczą na rzecz dotychczasowego operatora, a następnie opłatą wyrównawczą na rzecz Novum. Tym samym efektem stosowania przez Novum praktyki wskazanej w pkt II rozstrzygnięcia decyzji było naruszenie zarówno ekonomicznych, jak i pozaekonomicznych interesów konsumentów.

Tymczasem od profesjonalisty należy wymagać, by prezentował konsumentom swoją ofertę w sposób zgodny z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa, w szczególności by na skutek kontaktu z przedsiębiorcą konsument nie był narażony na ryzyko poniesienia uszczerbku o charakterze majątkowym lub niemajątkowym. Oceniając wagę naruszenia, Prezes UOKiK miał również na względzie, iż zakwestionowane praktyki wymierzone były we wszystkich konsumentów korzystających z usług telefonii stacjonarnej, z którymi kontaktowała się Spółka przy wykorzystaniu telefonu. Prezes Urzędu uwzględnił ponadto, okres długotrwały stosowania praktyki (co najmniej od początku 2012 r. do 2013 r.), jak również okoliczność braku uprzedniego naruszenia przepisów ustawy.

Mając na uwadze powyższe, ocena stwierdzonego naruszenia pozwoliła Prezesowi Urzędu na przyjęcie kwoty bazowej służącej do obliczenia kary w wysokości [***] % przychodu osiągniętego przez Spółkę. Tym samym ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa, po zaokrągleniu do pełnych złotych wynosi [***].

Dokonując ustalenia ostatecznego wymiaru kary pieniężnej nałożonej na Spółkę, Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących. I tak, ustalając wysokość kary, jako okoliczność łagodzącą wzięto pod uwagę, iż Novum zaniechała stosowania praktyki będącej przedmiotem postępowania w sprawie naruszenia zbiorowego interesu konsumentów na wczesnym etapie postępowania w sprawie. Prezes Urzędu przyjął datę 2 stycznia 2014 r. jako moment zaniechania stosowania kwestionowanych praktyk.

Jednocześnie w niniejszej sprawie miała miejsce okoliczność przemawiająca za podwyższeniem kwoty bazowej kary – znaczny zasięg naruszenia związany z faktem, że Novum działała na terenie całej Polski i kontaktowała się z dużą ilością konsumentów w celu zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Prezes Urzędu uznał, iż zaistniała w niniejszej sprawie okoliczność łagodząca uzasadniająca zmniejszenie wyjściowego poziomu kary o 20%, zaś okoliczność obciążająca uzasadnia zwiększenie wyjściowego poziomu kary o 20%.

W świetle powyższych okoliczności, wysokość kary ustalono na poziomie 433 534 zł (słownie: czterysta trzydzieści trzy tysiące pięćset trzydzieści cztery złote). Oznacza to, że nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik i jednocześnie stanowi [***] % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2014 r. czyli [***]% kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.

Nakładając niniejszą decyzją kary pieniężne za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że mają one: po pierwsze – **charakter represyjny** (nakładana są za naruszenie ustawowych zakazów), po drugie – **prewencyjny** (mają zapobiegać podobnym naruszeniom w przyszłości i zniechęcać

do naruszania prawa), zaś zagrożenie nimi, czyli potencjalna możliwość nałożenia kary przez Prezesa Urzędu – nadaje im charakter **dyscyplinujący** (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 7 kwietnia 2004 r., III SK 31/04).

W ocenie Prezesa Urzędu wymierzone kary są adekwatne do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Wobec powyższego, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt IV rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

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.

V. Koszty postępowania

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

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. 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.

W wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu w pkt I i II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania. W związku z powyższym, postanowiono obciążyć stronę postępowania kosztami postępowania w wysokości 82,60 zł (słownie: osiemdziesiąt dwa złotych sześćdziesiąt groszy).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

Na podstawie art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 3 i art. 11 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945) oraz stosownie do art. 479²⁸ § 2 kodeksu postępowania cywilnego – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie IV niniejszej decyzji, na podstawie art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945) oraz stosownie do art. 479³² § 1 i 2 kodeksu postępowania cywilnego i art. 264 § 2 kodeksu postępowania administracyjnego w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

up. Prezesa UOKiK
Łukasz Wroński
Z-ca Dyrektora Departamentu
Ochrony Interesów Konsumentów

Załącznik:

1. tabela z opisem wykorzystanych w decyzji telefonicznych rozmów sprzedażowych

Otrzymuje:

1. [***]
2. a/a