



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Warszawa, 13 listopada 2024 r.

DOZIK.4.610.3.17.MO

WERSJA JAWNA

- informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa i inne informacje prawnie chronione oznaczono [xxx]

Decyzja nr DOZIK-10/2024

I. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2024 r. poz. 594), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione, że Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej także jako: „Spółka”, „Orange”) stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na nieprzekazywaniu przed zawarciem umowy na trwałym nośniku konsumentom, którzy przez telefon przystępowali za pośrednictwem Orange Polska S.A. do umów grupowego ubezpieczenia na życie i zawierali z Orange Polska S.A. umowy dotyczące obciążania ich jako ubezpieczonych kosztami składek ubezpieczeniowych z tytułu przystąpienia do tych umów, informacji określonych w art. 39 ust. 1 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (tekst jedn. Dz.U. z 2023 r. poz. 2759), gdy umowy nie były zawierane tą drogą na życzenie konsumentów, co może naruszać art. 39 ust. 3 w zw. z art. 39 ust. 1 tej ustawy oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów po zobowiązaniu się przez Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie do podjęcia działań zmierzających do usunięcia skutków ww. naruszeń, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie obowiązek wykonania - we wskazanych poniżej terminach - ww. zobowiązania do:

1. przyznania konsumentom, którzy w okresie pomiędzy 25 grudnia 2014 r. a 30 czerwca 2016 r. przystąpili do grupowego ubezpieczenia na życie za pośrednictwem Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie i którzy na dzień uprawomocnienia się decyzji pozostają abonentami Orange Polska S.A., zwrotu jednomiesięcznej składki ubezpieczenia do którego przystąpili w formie upustu tej składki na kolejnych fakturach za świadczenie usług telekomunikacyjnych przy czym:

- 1.1. w przypadku konsumentów, którzy złożyli reklamację dotyczącą ww. usług do dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji i reklamacja ta została rozpatrzona negatywnie lub częściowo negatywnie - Orange Polska S.A. dokona zwrotu równowartości jednomiesięcznej składki w postaci upustu na kolejnych fakturach za świadczenie usług telekomunikacyjnych automatycznie w terminie 2 miesięcy i 14 dni od uprawomocnienia decyzji;
 - 1.2. w przypadku konsumentów, którzy nie składali reklamacji dotyczących ww. produktów lub składali reklamacje do dnia uprawomocnienia niniejszej decyzji, ale zostały one rozpatrzone pozytywnie - Orange Polska S.A. dokona zwrotu równowartości jednomiesięcznej składki w postaci upustu na kolejnych fakturach za świadczenie usług telekomunikacyjnych, o ile konsument po otrzymaniu informacji od Orange Polska S.A. o przysługującym upuście potwierdzi chęć skorzystania z niego. Konsument wyraża chęć skorzystania ze zwrotu w formie upustu poprzez wypełnienie formularza udostępnionego w tym celu na stronie internetowej Spółki w terminie od chwili udostępnienia formularza przez co najmniej 4 miesiące od uprawomocnienia niniejszej decyzji (konkretna data zostanie wskazana w piśmie do konsumenta). W takim wypadku zwrot składki nastąpi w terminie do 6 miesięcy od uprawomocnienia niniejszej decyzji;
2. przyznania konsumentom, którzy w okresie pomiędzy 25 grudnia 2014 r. a 30 czerwca 2016 r. przystąpili do grupowego ubezpieczenia na życie za pośrednictwem Orange Polska S.A. i którzy na dzień uprawomocnienia niniejszej decyzji nie pozostają abonentami usług Orange Polska S.A., zwrotu stanowiącego równowartość jednomiesięcznej składki tego ubezpieczenia, poprzez wypłatę tej kwoty na numer rachunku bankowego wskazany przez konsumenta - o ile konsument wyrazi chęć skorzystania z niej poprzez wypełnienie formularza udostępnionego w tym celu na stronie internetowej Spółki w terminie od chwili udostępnienia formularza przez co najmniej 4 miesiące od uprawomocnienia się niniejszej decyzji. W takim przypadku Orange dokona zwrotu w terminie do 6 miesięcy od uprawomocnienia się niniejszej decyzji;
3. skierowania do konsumentów, o których mowa w pkt. 1 i 2 powyżej korespondencji z informacją o przysługującym im zwrocie w terminie 2 miesięcy od uprawomocnienia się niniejszej decyzji, przy czym konsumenci, o których mowa w pkt. 1 powyżej zostaną poinformowani listem zwykłym lub e-mail (o ile konsument ma aktywną zgodę na tę formę kontaktu), zaś konsumenci, o których mowa w pkt. 2 powyżej zostaną poinformowani listem zwykłym wysłanym na ostatni znany Spółce adres konsumenta. Skierowana do konsumentów informacja będzie miała następującą treść:

„ Szanowna/y Pani/Panie

Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie informuje, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniu 13 listopada 2024 r. wydał decyzję nr DOZIK-10/2024 uprawdopodobniającą stosowanie przez Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na



braku przestania konsumentom przystępującym w okresie pomiędzy 25 grudnia 2014 r. a 30 czerwca 2016 r. za pośrednictwem Orange Polska S.A. do grupowego ubezpieczenia na życie przez telefon informacji, określonych w art. 39 ust. 1 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta z 2020 r. (tekst jedn. (Dz.U. z 2023 r. poz. 2759) na trwałym nośniku przed przystąpieniem do umowy ubezpieczenia i nakazał Orange usunięcie skutków naruszenia.

[w tym miejscu treść zawarta w poniższym punkcie: A lub B lub C]

[podpis]”

A. Wersja dla klientów Orange Polska S.A., którzy składali reklamacje i zostały one rozpatrzone negatywnie lub częściowo negatywnie

„W związku z powyższym informujemy, że na fakturze rozliczyliśmy Pani/Panu przyznany zwrot w wysokości jednomiesięcznej składki ubezpieczenia tj. w kwocie ... ”.

B. Wersja dla pozostałych klientów Orange Polska S.A.

„W związku z powyższym informujemy, że Orange oferuje Pani/Panu możliwość skorzystania ze zwrotu w wysokości jednomiesięcznej składki ubezpieczenia, która wynosi []. Jeżeli wyrażą Państwo chęć skorzystania z powyższego uprawnienia do zwrotu, rozliczymy go na kolejnych fakturach.

W celu skorzystania ze zwrotu zapraszamy do wypełnienia formularza dostępnego na naszej stronie internetowej www.orange.pl [link do formularza] w terminie od [do 2 miesięcy od uprawomocnienia niniejszej decyzji- data] do dnia [4 miesiące od uprawomocnienia niniejszej decyzji- data]. Warunkiem udzielenia upustu jest wypełnienie formularza”.

C. Wersja dla byłych klientów Orange Polska S.A.

„W związku z powyższym informujemy, że Orange Polska S.A. oferuje Pani/Panu możliwość skorzystania ze zwrotu jednomiesięcznej składki ubezpieczenia. Jeżeli wyrażają Państwo chęć skorzystania z powyższego uprawnienia zwrot zostanie rozliczony poprzez przelew na wskazany rachunek bankowy.

W celu skorzystania ze zwrotu zapraszamy do wypełnienia formularza dostępnego na naszej stronie internetowej www.orange.pl [link do formularza] w terminie od [do 2 miesięcy od uprawomocnienia niniejszej



decyzji - data] do dnia [4 miesiące od uprawomocnienia niniejszej decyzji - data]. Warunkiem przyznania zwrotu składki jest wypełnienie formularza.

Aby zrealizować zwrot będziemy potrzebowali Państwa danych:

- imię i nazwisko,
- PESEL,
- numer konta bankowego,
- aktualny numer telefonu lub e-mail (celem wyjaśnienia ewentualnych nieprawidłowości)".

4. Publikacji określonych poniżej informacji na stronie internetowej Spółki pod adresem: www.orange.pl na koszt Orange Polska S.A. w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i utrzymywanie ich przez okres co najmniej 4 miesięcy od dnia ich publikacji wraz z informacją o przyznaniu konsumentom zwrotu i warunkach jego przyznania.

Komunikat będzie miał następującą treść:

„Decyzja zobowiązująca Prezesa UOKiK nr DOZIK-10/2024 w sprawie przystąpienia do grupowego ubezpieczenia na życie za pośrednictwem infolinii Orange Polska S.A. Dowiedz się więcej”.

odsyłającego do podstrony zawierającej informację o treści zobowiązania (dalej jako: „Oświadczenie”), a także hipertączę [link] do decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wersji jawnej, o następującej treści:

„Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie informuje, że Prezes UOKiK w dniu 13 listopada wydał decyzję zobowiązującą, która dotyczy usług grupowego ubezpieczenia na życie oferowanych przez Orange Polska S.A. w okresie pomiędzy 25.12.2014 r. a 30.06.2016 r. Prezes UOKiK w swojej decyzji uznał za uprawdopodobnione, że Orange nie przysyłał konsumentom na trwałym nośniku informacji o których mowa w art. 39 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (tekst. jedn. Dz.U. z 2023 r. poz. 2759) przed przystąpieniem do grupowego ubezpieczenia, pomimo, że przystąpienie do ubezpieczenia miało miejsce przez telefon.

W ramach decyzji Orange Polska S.A. zobowiązała się zwrócić jednomiesięczną składkę ubezpieczenia na życie konsumentom, którzy przystąpili do umowy grupowego ubezpieczenia na życie w okresie pomiędzy 25.12.2014 a 30.06.2016 r. na następujących zasadach:

- konsumenci, którzy złożyli reklamację dotyczącą ww. usług do dnia uprawomocnienia decyzji i reklamacja ta nie została rozpatrzona pozytywnie, zaś na dzień uprawomocnienia decyzji nadal pozostają klientami Orange otrzymując



automatycznie zwrot jednomiesięcznej składki za ubezpieczenie w formie upustu na kolejnych fakturach za świadczenie usług telekomunikacyjnych,
- konsumenci, którzy nie składali reklamacji dot. ww. produktów lub składali reklamacje do dnia uprawomocnienia decyzji, ale zostały one rozpatrzone pozytywnie otrzymają zwrot po złożeniu odpowiedniego wniosku za pośrednictwem formularza [Fragment: „(...) formularza (...)” będzie stanowił hipertączy (link) do formularza, o którym mowa w pkt. 1.6 niniejszej decyzji po jego udostępnieniu] udostępnionego na stronie internetowej Spółki, przy czym konsumentom, którzy na dzień uprawomocnienia decyzji nadal pozostają klientami Orange zwrot zostanie rozliczony w formie upustu na kolejnych fakturach za świadczenie usług telekomunikacyjnych, zaś konsumentom, którzy na dzień uprawomocnienia decyzji nie pozostają klientami Orange zwrot zostanie wypłacony w formie przelewu na wskazany rachunek bankowy.

Szczegóły przyznawania i rozliczenia zwrotu, w tym warunki, terminy wypłaty można sprawdzić w decyzji, która dostępna jest tutaj [Fragment Oświadczenia: „(...) dostępna jest tutaj (...)” będzie stanowił hipertączy (link) do wersji jawnej niniejszej decyzji. np. poprzez dodanie „umieszczonej na stronie internetowej Orange”] oraz na stronie internetowej www.uokik.gov.pl

Uprawnieni konsumenci zostaną poinformowani o warunkach przyznania zwrotu e-mailowo lub listownie”.

Komunikat zostanie umieszczony w górnej części strony głównej www.orange.pl na białym tle (#F5F5F5) czcionką Helvetica Neue, rozmiar 12 px, kolor #666666.

Oświadczenie zostanie sformułowane ciemną czcionką na jasnym tle, a zastosowana czcionka będzie odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej na stronie internetowej Spółki.

Pełny tekst Oświadczenia zostanie wyświetlony na podstronie prezentowanej po naciśnięciu w link: ”Dowiedz się więcej”.

Fragment Oświadczenia: „(...) dostępna jest tutaj (...)” będzie stanowił hipertączy (link) do wersji jawnej niniejszej decyzji umieszczonej na stronie internetowej Orange.

Fragment: „(...) formularza (...)” będzie stanowił hipertączy (link) do formularza, o którym mowa w pkt. 1.6 niniejszej decyzji po jego udostępnieniu.

W przypadku zmiany adresu strony internetowej niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do strony internetowej funkcjonującej w czasie zamieszczania przedmiotowego Oświadczenia oraz Komunikatu na stronie internetowej Orange Polska S.A.



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

Oświadczenie i Komunikat będą dostępne na stronie internetowej Spółki co najmniej od dnia ich publikacji do dnia zamknięcia możliwości składania przez konsumentów wniosków o przyznanie zwrotów.

5. publikacji na profilu Orange Polska S.A. w mediach społecznościowych tj. Facebook oraz Serwis X (poprzednio Twitter) w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Komunikatu zawierającego informacje o wydaniu niniejszej decyzji zobowiązaniowej.

Treść Komunikatu w mediach społecznościowych będzie analogiczna jak na stronie głównej Orange zaś format będzie taki jak to wynika z możliwości edycyjnych danego medium, przy czym Komunikat w mediach społecznościowych zostanie sformułowany z uwzględnieniem wielkości i rodzaju czcionki zwyczajowo używanej przez Spółkę w serwisach: Facebook oraz Serwisie X (poprzednio: Twitter).

Komunikat zostanie opublikowany na tych samych zasadach jak wszystkie inne z użyciem takiej samej czcionki jak w przypadku innych postów i wiadomości.

Komunikat będzie utrzymywany co najmniej do dnia zamknięcia możliwości składania przez konsumentów wniosków o przyznanie zwrotu.

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

6. przygotowania i udostępnienia konsumentom, o których mowa w pkt. 1.2 i 2 w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia niniejszej decyzji formularza do zgłaszania woli skorzystania ze zwrotu składki.

II. Na podstawie art. 28 ust. 3 w związku z art. 28 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2024 r. poz. 594), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione, że Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, opisaną w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie obowiązek złożenia informacji o realizacji zobowiązania, o którym mowa



pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, poprzez przedstawienie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

1. danych liczbowych wskazujących, do ilu konsumentów Spółka kierowała komunikaty indywidualne, o których mowa w pkt. I.3 sentencji niniejszej decyzji, w postaci raportu w wersji elektronicznej (w formacie pdf), zawierającego potwierdzenie liczby przesyłek wysłanych konsumentom, z podziałem na listy oraz wiadomości e-mail oraz daty ich wysłania;
2. po 10 przykładowych listów, które zostały skierowane przez Spółkę do konsumentów z każdej z grup tj. z grupy wskazanej w punktach: I.1.1, I.1.2 oraz I.2;
3. po 10 przykładowych wiadomości e-mail, które zostały skierowane przez Spółkę do konsumentów z każdej z grup tj. z grupy wskazanej w punktach: I.1.1 oraz I.1.2;
4. danych liczbowych wskazujących: ilu konsumentów było uprawnionych do skorzystania ze zwrotu; w stosunku do ilu konsumentów Spółka dokonała zwrotu wraz ze wskazaniem sumarycznej wartości zwrotów; ilu konsumentów wyraziło chęć skorzystania ze zwrotu poprzez wypełnienie formularza; ilu konsumentom Spółka odmówiła przyznania zwrotu, w tym ze względu na nieprawidłowe wypełnienie formularza, a jeżeli odmowa nastąpiła z innych względów, to ze wskazaniem z jakich;
5. zrzutu ekranu strony internetowej (zarówno ze strony głównej, jak i podstrony) przedstawiającego Komunikat oraz Oświadczenie, o których mowa w pkt I.4 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji z dnia zamieszczenia ww. komunikatu i Oświadczenia oraz ostatniego dnia utrzymywania Komunikatu i Oświadczenia na stronie internetowej z widoczną datą sporządzenia zrzutów ekranu wraz z oświadczeniem złożonym przez osobę uprawnioną do reprezentacji Spółki, w którym zostanie wskazany okres publikacji tych informacji na stronie internetowej Spółki;
6. zrzutu ekranu ze strony internetowej Spółki z widoczną datą sporządzenia zrzutów z podstrony zawierającej treść formularza, o którym mowa w punkcie I.6 niniejszej decyzji z dnia zamieszczenia ww. formularza oraz ostatniego dnia jego utrzymywania wraz z oświadczeniem złożonym przez osobę uprawnioną do reprezentacji Spółki, w którym zostanie wskazany okres publikacji formularza na stronie internetowej Spółki;
7. zrzutu ekranu (z widoczną datą jego sporządzenia) z profili prowadzonych przez Orange Polska S.A. w serwisach: Facebook, Serwis X (dawniej Twitter) z dnia publikacji Komunikatu, o którym mowa w punkcie I.5 wraz z oświadczeniem złożonym przez osobę uprawnioną do reprezentacji Spółki, w którym zostanie wskazany okres publikacji komunikatu w serwisach: Facebook, Serwis X;



8. informacji, czy Orange Polska S.A. otrzymała jakiegokolwiek reklamacje konsumentów dotyczące wykonania zobowiązania określonego w pkt. I sentencji niniejszej decyzji. W przypadku gdy Orange Polska S.A. otrzyma ww. reklamacje, to należy wskazać ich liczbę oraz główne kategorie zgłaszanych problemów, a także sposób ich rozpatrzenia (pozytywnie/częściowo pozytywnie/negatywnie).

w terminie 8 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

III. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2024 r. poz. 572, z późn. zm.) w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postanawia obciążyć Orange kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w wysokości 143,30 zł. (słownie: sto czterdzieści trzy złote i trzydzieści groszy) oraz zobowiązać do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także jako: „Prezes Urzędu” lub „Prezes UOKiK”) w związku z zawiadomieniem przestany przez konsumenta przeprowadził postępowanie wyjaśniające (DDK-405-520/16/MJO), mające na celu wstępne ustalenie, czy w związku z działaniem Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie polegającym na telefonicznym zawieraniu umów dotyczących przystąpienia do umowy grupowego ubezpieczenia na życie, może dochodzić do naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Mając na uwadze dokonane na etapie postępowania wyjaśniającego ustalenia, Prezes Urzędu, postanowieniem z dnia 21 kwietnia 2017 r., wszczął postępowanie w sprawie stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na nieprzekazywaniu przed zawarciem umowy na trwałym nośniku konsumentom, którzy przez telefon przystępowali za pośrednictwem Orange do umów grupowego ubezpieczenia na życie i zawierali z Orange umowy dotyczące obciążania ich jako ubezpieczonych kosztami składek ubezpieczeniowych z tytułu przystąpienia do tych umów, informacji określonych w art. 39 ust. 1 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (tekst jedn. Dz.U. z 2023 r. poz. 2759, dalej jako: „upk” lub „ustawa o prawach konsumenta”), gdy umowy nie były zawierane tą drogą na życzenie konsumentów, co może naruszać art. 39 ust. 3 w zw. z art. 39 ust. 1 tej ustawy oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Na podstawie art. 123 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2016 r., poz. 23, stan na dzień dokonania czynności) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu, ww. postanowieniem z dnia 21 kwietnia 2017 r., zaliczył w poczet dowodów



materiał dowodowy zebrany w trakcie postępowania wyjaśniającego (sygn. akt: DDK-403-520/16/MJO) tj.:

1. Postanowienie Prezesa Urzędu z dnia 4 sierpnia 2016 r. o wszczęciu postępowania wyjaśniającego (k. 1);
2. Pismo Prezesa Urzędu z dnia 4 sierpnia 2016 r. (k. 2-4);
3. Pismo Spółki z dnia 5 września 2016 r. wraz z załącznikami (k. 11-15);
4. Pismo Prezesa Urzędu z dnia 28 października 2016 r. (k. 16-18);
5. Pismo Spółki z dnia 14 listopada 2016 r. (k. 19);
6. Postanowienie o zakończeniu postępowania wyjaśniającego z dnia 11 kwietnia 2017 r. (k. 22).

Dowód: Zawiadomienie Prezesa Urzędu z dnia 21 kwietnia 2017 r. (k. 23-24)

Pismem z dnia 9 maja 2017 r. Spółka przedstawiła swoje stanowisko, w którym podniosła, że nie zawierata z konsumentami umów przez telefon, a jedynie pobierata oświadczenia woli klientów przystąpienia do ubezpieczenia grupowego (co zdaniem Spółki jest inną konstrukcją prawną niż zawarcie umowy ubezpieczenia). Zdaniem Spółki, istotny jest również fakt, że komplet informacji dotyczących ubezpieczeń, w tym ogólnych warunków ubezpieczenia dostępny jest na stronie internetowej Spółki i klient w każdym momencie przed zawarciem umowy (a także po) ma do nich dostęp. Spółka podkreśliła, że bez względu na przyjętą interpretację art. 39 ust. 3 upk należy uznać, że wypełniła cel przyświecający temu przepisowi. Zdaniem Spółki, artykuł ten bowiem ma za zadanie zapewnić, że konsument jest należycie poinformowany i nie zaciąga złożonych, kosztownych zobowiązań z zakresu usług finansowych pochopnie, będąc wprowadzonym w błąd. O realizacji tego celu ma świadczyć fakt, iż reklamacje klientów Orange dotyczące obciążenia konsumentów składką ubezpieczeniową po przystąpieniu do umowy grupowego ubezpieczenia na życie mają charakter marginalny i nie wynikają z nieświadomości klientów obciążania ich składką ubezpieczeniową. Zdaniem Spółki istotną okolicznością w tej sprawie jest także to, że przystąpienie do umów ubezpieczenia objętych zakresem niniejszego postępowania możliwe jest wyłącznie przez telefon - nie są one oferowane w innych kanałach. Zdaniem Spółki oznacza to, że podczas rozmowy telefonicznej nie mogła przedstawić klientowi do wyboru różnych kanałów, tak by klient mógł wybrać jeden z nich i w takiej konkretnej sytuacji „wybór kanału na odległość” przez klienta należałoby interpretować jako zdecydowanie się przez klienta na zawarcie umowy w kanale komunikacji, w którym została złożona oferta. Przyjęcie takiego modelu, zdaniem Spółki, wynika z dbałości o odpowiednią jakość obsługi klienta. Zdaniem Spółki, w konsekwencji interpretowanie art. 39 ust. 3 upk w taki sposób, że pojęcie „na życzenie konsumenta” należy traktować jako obowiązek przedstawienia kilku możliwych form sprzedaży do wyboru przez klienta oznaczałoby w omawianym przypadku, że Orange zobowiązana była do zorganizowania alternatywnego, niekorzystnego rozwiązania dla klientów tylko po to, aby zadośćuczynić interpretacji stosowanej przez Prezesa UOKiK, a która zdaniem Spółki nie wynika jednoznacznie z treści przepisu.

Dowód: Pismo Spółki z dnia 9 maja 2017 r. (k. 27-28)



Dodatkowo, w piśmie z dnia 21 grudnia 2021 r., Spółka wskazała, że model sprzedaży ubezpieczeń przez telefon opierał się na założeniu, że konsument może przystąpić do ubezpieczenia, o ile chce to zrobić przez telefon (a zatem o ile umowa ta jest zawierana tą drogą na jego życzenie). Każdy potencjalny klient był odpytywany przez telefon, czy chce przystąpić do oferowanego ubezpieczenia przez telefon i czy wyraża na to zgodę. Z kolei konsument, który nie życzył sobie zawarcia umowy przez telefon, nie otrzymywał od Orange żadnych dokumentów, które miałyby na celu przystąpienie do grupowego ubezpieczenia na życie. A zatem, zdaniem Spółki, konsumenci przystępujący do ubezpieczenia za pośrednictwem Orange przez telefon zawsze robili to na własne życzenie. W konsekwencji również nie aktualizował się obowiązek Spółki do wysyłania tym konsumentom przed przystąpieniem do ubezpieczenia na trwałym nośniku informacji, o których mowa w art. 39 ust. 1 upk.

Dowód: Pismo Spółki z dnia 21 grudnia 2021 r. (k. 167-168)

W toku postępowania Spółka wniosła o wydanie w niniejszej sprawie decyzji zobowiązującej w trybie art. 28 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2024 r. poz. 594., dalej także jako: „uokik” lub „ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów”), składając propozycję zobowiązania pismem z dnia 21 lipca 2017 r., a następnie modyfikując ją pismami z dnia: 28 września 2017 r., 5 grudnia 2017 r., 22 listopada 2021 r., 21 grudnia 2021 r., 11 maja 2022 r., 28 lipca 2022 r., 15 lutego 2023 r. Ostateczna wersja zobowiązania została sformułowana przez Spółkę w piśmie z dnia 14 marca 2024 r.

Dowody: Pisma Spółki z dni:

- 21 lipca 2017 r. (k. 119);
- 28 września 2017 r. (k. 135-136);
- 5 grudnia 2017 r. (k. 146-147);
- 22 listopada 2021 r. (k.158);
- 21 grudnia 2021 r. (k.167-168);
- 11 maja 2022 r. (k. 212-214);
- 28 lipca 2022 r. (k. 229-232);
- 15 lutego 2023 r. (k. 240-242);
- 14 marca 2024 r. (k. 244-248).

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz.U. z 2024 r. poz. 572 dalej także jako: „kpa”) pismem z dnia 18 października 2024 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił co następuje

Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000010681. Przedmiotem działalności Spółki jest m.in.



działalność w zakresie telekomunikacji przewodowej i bezprzewodowej oraz pozostała działalność usługowa, gdzie indziej niesklasyfikowana, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych.

Spółka oferowała swoim klientom przystąpienie do umów grupowego ubezpieczenia na życie.

W piśmie z dnia 14 listopada 2016 r. Spółka wskazała, że zawarła 18 umów grupowego ubezpieczenia na życie z różnymi zakładami ubezpieczeń. Nazwy ww. umów grupowego ubezpieczenia na życie, okresy w których oferowane było przystąpienie do tych umów oraz zakłady ubezpieczeń zostały wskazane przez Spółkę w poniższej tabeli:

Usługa	Ubezpieczyciel	Daty kampanii
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]



[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]	[xxx]

Dowód: Pismo Spółki z dnia 14 listopada 2016 r. (k. 19)

Spółka zawarła umowy ubezpieczenia na życie, a następnie telefonicznie kontaktowała się z osobami będącymi abonentami sieci Orange i proponowała im przystąpienie do wskazanych ubezpieczeń. Inicjatorem tych rozmów była Spółka - konsumenci, z którymi kontaktowała się, nie zgłaszali wcześniej zainteresowania takimi produktami.

Dowód: Pismo Spółki z dnia 14 listopada 2016 r., s. 2-4 (k. 11-12)

Przystąpienie do umów grupowego ubezpieczenia na życie było możliwe tylko poprzez ten kanał dystrybucji. Jak wynika z skryptów sprzedażowych przekazanych przez Spółkę:

-„program (...) jest oferowany tylko w kampanii telefonicznej. Przystąpienie do Ubezpieczenia jest możliwe tylko w kampanii telefonicznej. Przystąpienie do Ubezpieczenia jest możliwe tylko w momencie kontaktu z Panem/Panią z naszej strony” - tak pkt 12 skryptu [xxx];

-„(...) Ubezpieczenie Wypadkowe jest oferowane tylko w kampanii telefonicznej. Przystąpienie do Ubezpieczenia możliwe jest tylko w momencie kontaktu z Panem/Panią z naszej strony” - tak pkt 11 skryptu [xxx]



Przystąpienie do ubezpieczenia następowało w wyniku ustnej zgody abonenta na warunki przedstawione w rozmowie poprzez akceptację oświadczeń, które były odczytywane przez konsultantów.

Przed rozmową telefoniczną, podczas której konsument składał oświadczenie o przystąpieniu do grupowej umowy ubezpieczenia Spółka nie przysyłała konsumentowi informacji związanych z umową. Po rozmowie telefonicznej, w której konsument złożył oświadczenie o przystąpieniu do grupowego ubezpieczenia na życie, przesyłane były do niego dokumenty w formie papierowej. Nazwy tych dokumentów, w zależności od ubezpieczyciela, z którym Spółka współpracowała mogły się różnić, jednak zakres informacji, jaki był przekazywany konsumentom był zbieżny. Na przykład dla ubezpieczeń we współpracy z [xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx] konsumentom były przesyłane następujące dokumenty:

- Szczegółowe Warunki Ubezpieczenia,
- Karta Ubezpieczonego,
- Ulotka,
- spersonalizowany List Powitalny wraz z potwierdzeniem przystąpienia do ubezpieczenia.

Dokumenty były wysyłane do konsumentów w formie pisemnej w nierejestrowanej przesyłce pocztowej.

W trakcie rozmowy telefonicznej, zgodnie ze skryptami sprzedażowymi, konsument był informowany m.in., że:

- otrzyma dokumenty w formie papierowej,
- w dokumentach, które otrzyma, znajdą się informacje dot. m.in. zakresu ubezpieczenia, w tym wyłączeń odpowiedzialności, warunków wypłaty świadczeń, wysokości składki ubezpieczeniowej, prawie odstąpienia,
- warunki ubezpieczenia dostępne są na stronie internetowej Spółki.

Dowód: Pismo Spółki z dnia 14 listopada 2016 r., s. 5 (k. 13)

Jako przykłady ww. informacji można wskazać następujące fragmenty skryptów sprzedażowych przedstawionych przez Spółkę:

- „Szczegółową listę wyłączeń od ubezpieczenia znajdzie Pani w OWU.

W ciągu najbliższych dni otrzyma Pani na piśmie potwierdzenie przystąpienia do Ubezpieczenia oraz warunki ubezpieczenia. Pełen tekst tych warunków jest dostępny już dziś na www.orange.pl”. - Skrypt: Program Ewa, str. 6;

- „Muszę przeczytać/najpierw muszę poznać WU

Oczywiście, sam/a jestem wrokiem, zapewniam jednak, że produkt jest bardzo prosty. Jasne i przejrzyste zasady, ale jeśli ma Pan/Pani jeszcze jakieś pytania,



oczywiście służyć pomocą. Proszę również pamiętać, że otrzyma Pan/i WU i Potwierdzenie przystąpienia do ubezpieczenia”. - Skrypt: Ubezpieczenie od utraty pracy Premium, str. 5;

- „Na potwierdzenie naszej rozmowy, otrzyma Pan/i komplet dokumentów gdzie wszystkie informacje są przedstawione czarno na białym. Komplet zawiera szczególne warunki ubezpieczenia, certyfikat i list powitalny, zawierający podsumowanie warunków przystąpienia Pana/i do ubezpieczenia zawierający m.in. informacje wymagane przez przepisy ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta. Informacje dotyczące programu Bezpieczni w Orange są również dostępne na stronie [www.orange.pl/ubezpieczenia.....](http://www.orange.pl/ubezpieczenia)”. - Skrypt: Bezpieczni w Orange , str. 2;

- „ja to dziś aktywuje, ochroną będzie Pani objęta od, a na potwierdzenie wysłałam warunki oraz certyfikat, także zapewniam, że będzie Pan/i zadowolony/a”.
- Skrypt Call Center Galactica Sp. z o.o. Regulamin [xxx], Punkt: Jak należy odpowiadać na pytania klienta?, str. 2.

Spółka wskazała, że liczba konsumentów, którzy przystąpili przez telefon do grupowego ubezpieczenia na życie w okresie od 25 grudnia 2014 r. do czerwca 2016 r. za pośrednictwem Spółki wynosi [xxx].

Spółka wskazała także, że w okresie pomiędzy 25 grudnia 2014 r. a 31 grudnia 2016 r. wpłynęło [xxx] reklamacji/skarg klientów-konsumentów dotyczących usług ubezpieczeń grupowych na życie.

Następnie, w odpowiedzi na wezwanie Prezesa UOKiK Spółka wyjaśniła, że spośród [xxx] reklamacji:

-[xxx] to reklamacje dot. ubezpieczeń grupowych na życie konsumentów, którzy przystąpili do ubezpieczenia przed 25 grudnia 2014 r. (grupowe ubezpieczenia na życie były oferowane przez Orange konsumentom także przed 25 grudnia 2014 r.);

- [xxxxxxxxxxxxxxxx] to reklamacje dot. ubezpieczeń grupowych na życie konsumentów, którzy przystąpili do ubezpieczenia między 25 grudnia 2014 r. a 30 czerwca 2016 r.;

- [xxxxxxxx] to reklamacje dot. ubezpieczeń na życie konsumentów, którzy przystąpili do ubezpieczenia po 30 czerwca 2016 r. z tym, że były to ubezpieczenia sprzedawane w modelu indywidualnym, a zatem nieobjęte niniejszym postępowaniem.

Wysokość jednomiesięcznej składki w zależności od produktu i od zakładu ubezpieczeń wynosiła od [xxx].

Spółka zaprzestała stosowania ww. praktyki w dniu 30 czerwca 2016 r. Z oświadczeń Spółki wynika, że możliwości przystąpienia do umów ubezpieczenia na życie w modelu grupowym za pośrednictwem Spółki była możliwa do dnia 30 czerwca 2016 r.



Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył co następuje

Interes publiczny

Zgodnie z art. 1 ust. 1 uokik ochrona interesów konsumentów jest prowadzona w interesie publicznym przez Prezesa Urzędu. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstawę do rozstrzygnięcia sprawy przez Prezesa Urzędu w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Działania podejmowane przez Prezesa Urzędu mają na celu ochronę interesów zbiorowych, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

Rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy mogli być narażeni na negatywne skutki praktyki stosowanej przez Spółkę. Działanie Spółki nie dotyczyło interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów tj. abonentów korzystających z usług Spółki. Oznacza to, że na działanie Spółki narażony był każdy konsument, który korzystał z usług Spółki.

Naruszenie interesu publicznego przejawia się także w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez Spółkę interesu publicznego, możliwe jest poddanie kwestionowanych działań Spółki ocenie w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod kątem stosowania przez nią praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. **Uprawdopodobnienie stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów**

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast art. 24 ust. 2 uokik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy.

W związku z powyższym dla uznania działania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, że spełnione zostały kumulatywnie następujące przesłanki:

1. oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
2. zachowanie przedsiębiorcy jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami,
3. zachowanie to godzi w zbiorowe interesy konsumentów.



Zgodnie z art. 28 ust. 1 uokik, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1 uokik, lub będących podstawą wszczęcia postępowania - że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 uokik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24 uokik, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

Istota decyzji zobowiązującej polega na zawarciu quasi-porozumienia pomiędzy Prezesem UOKiK a przedsiębiorcą¹. W doktrynie podkreśla się, że decyzja zobowiązująca stanowi jeden z najbardziej skutecznych mechanizmów będących w dyspozycji Prezesa Urzędu, których celem jest doprowadzenie działań przedsiębiorców do stanu zgodności z prawem ochrony konkurencji i konsumentów. Przyczyną wysokiej skuteczności procedury zobowiązującej jest przede wszystkim proporcjonalne rozłożenie obciążeń i korzyści po obu stronach tej relacji administracyjno-prawnej. Każda ze stron, tj. Prezes UOKiK i przedsiębiorca wnosi swoisty „wkład” w doprowadzenie do stanu zgodności z prawem, poświęcając z reguły pewne wartości, a w zamian zyskując inne, przy czym ostatecznie zyskuje konsument, którego interes podlega szczególnej ochronie².

Analiza art. 28 ust. 1 uokik wskazuje na to, że Prezes UOKiK może wydać decyzję zobowiązującą w sytuacji łącznego spełnienia przesłanek:

1. uprawdopodobnienia w trakcie postępowania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów,
2. zobowiązania się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków,
3. uznania przez Prezesa Urzędu za celowe nałożenie obowiązku wykonania przedłożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania.

Uprawdopodobnienie w omawianym przypadku oznacza, że Prezes Urzędu odstępuje od udowodnienia określonych faktów. W przypadku wydania decyzji zobowiązującej wystarczające jest ustalenie z dużą dozą prawdopodobieństwa, że zarzucana praktyka miała miejsce.

Status przedsiębiorcy

¹ D. Miąsik [w:] T. Skoczny (red.), Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz, Warszawa 2009 r., s. 1048.

² J. Sroczyński, Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów: decyzja zobowiązująca (uwagi praktyczne oraz de lege ferenda), IKAR 1/2021, s. 99.



Zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów odnosi się tylko do przedsiębiorców. Art. 4 pkt 1 uokik odsyła w pierwszej kolejności do definicji przedsiębiorcy zawartej w ustawie z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (tekst jedn. Dz.U. z 2024 r. poz. 236, dalej także jako: „Prawo przedsiębiorców”). Ustawa ta weszła w życie w dniu 30 kwietnia 2018 r. Wówczas też, zgodnie z art. 192 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Przepisy wprowadzające ustawę - Prawo przedsiębiorców oraz inne ustawy dotyczące działalności gospodarczej (Dz. U. z 2018 r., poz. 650; dalej: „PwuPp”) utraciła moc ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2017 r. poz. 2168 ze zm.; dalej także jako: „usdg” lub „ustawa o swobodzie działalności gospodarczej”). Jednak zgodnie z art. 196 PwuPp do postępowań w sprawach przedsiębiorców wszczętych na podstawie przepisów dotychczasowych i niezakończonych przed dniem wejścia w życie ustawy - Prawo przedsiębiorców stosuje się przepisy dotychczasowe. W tym stanie rzeczy, w związku z tym, że postępowanie w niniejszej sprawie zostało wszczęte przed 30 kwietnia 2018 r., dokonując oceny statusu Spółki jako przedsiębiorcy, należy odnieść się do definicji tego pojęcia zawartej w ustawie o swobodzie działalności gospodarczej.

Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 usdg jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Przepis art. 2 usdg definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000010681. Działalność prowadzona przez Spółkę ma charakter zarobkowy, jest wykonywana w sposób zorganizowany oraz ciągły. Spółka prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego i jako osoba prawna (spółka prawa handlowego) posiada przymiot przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym, Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, zaś jej działania mogą być poddawane ocenie pod kątem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Uprawdopodobnienie sprzeczności zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami

Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sankcjonowane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Sprzeczność z prawem działania lub zaniechania przedsiębiorcy może być ujmowana



jako zachowanie niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa. Dobre obyczaje stanowią klauzulę generalną, która podlega konkretyzacji w danym stanie faktycznym. Naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów prawa stanowionego lub dobrych obyczajów jest jednocześnie wyrazem naruszenia obowiązującego porządku prawnego, który obejmuje zarówno nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, jak i nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów. Rozważenia przy ocenie możliwości przypisania przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga zatem kwestia, czy jego zachowanie było zgodne czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Jednocześnie bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, co oznacza, że nie musi on być zawiniony.

W omawianym stanie faktycznym Prezes Urzędu dokonał analizy działania Spółki pod kątem sprzeczności z prawem. Przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu będzie uprawdopodobnienie w ustalonym stanie faktycznym bezprawności działania Spółki polegającego na naruszeniu dyspozycji art. 39 ust. 3 upk w zw. z art. 39 ust. 1 upk.

Zgodnie z art. 1 pkt 4 upk, ustawa określa prawa przysługujące konsumentowi, w szczególności: zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość dotyczącej usług finansowych.

Ustawa o prawach konsumenta w rozdziale 5 zawiera przepisy odnoszące się do umów dotyczących usług finansowych zawieranych na odległość. Usługą finansową jest m.in. każda usługa o charakterze ubezpieczeniowym³.

Zgodnie z art. 39 ust. 1 upk, najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową przedsiębiorca jest obowiązany poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały, wskazujący na zamiar zawarcia umowy i odpowiadający rodzajowi użytego środka porozumiewania się na odległość o:

- 1) imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy, organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany, a w przypadku gdy działalność przedsiębiorcy wymaga uzyskania zezwolenia - danych dotyczących instytucji udzielającej zezwolenia;
- 2) imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) w Rzeczypospolitej Polskiej przedstawiciela przedsiębiorcy, o ile taki występuje;
- 3) imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) podmiotu innego niż przedsiębiorca świadczący usługi finansowe na odległość, w tym operatora środków porozumiewania się na odległość, oraz charakterze, w jakim podmiot ten występuje wobec konsumenta i tego przedsiębiorcy;

³ Tak: art. 2 pkt 12 Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca Dyrektywę Rady 93/13/EEG i Dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca Dyrektywę Rady 85/577/EEG i Dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz. Urz. UE L Nr 304, str. 64).



- 4) istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu;
- 5) cenie lub wynagrodzeniu obejmujących wszystkie ich składniki, w tym opłaty i podatki, a w przypadku niemożności określenia dokładnej ceny lub wynagrodzenia - podstawie obliczenia ceny lub wynagrodzenia umożliwiającej konsumentowi dokonanie ich weryfikacji;
- 6) ryzyku związanym z usługą finansową, jeżeli wynika ono z jej szczególnych cech lub charakteru czynności, które mają być wykonane lub jeżeli cena bądź wynagrodzenie zależą wyłącznie od ruchu cen na rynku finansowym;
- 7) zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia;
- 8) kosztach oraz terminie i sposobie świadczenia usługi;
- 9) prawie oraz sposobie odstąpienia od umowy, o którym mowa w art. 40 ust. 1 i 2 upk, albo wskazaniu, że prawo takie nie przysługuje, oraz wysokości ceny lub wynagrodzenia, które konsument jest obowiązany zapłacić w przypadku określonym w art. 40 ust. 4 upk;
- 10) dodatkowych kosztach ponoszonych przez konsumenta wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, jeżeli mogą one wystąpić;
- 11) terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie lub wynagrodzeniu mają charakter wiążący;
- 12) minimalnym okresie, na jaki ma być zawarta umowa o świadczenia ciągłe lub okresowe;
- 13) miejscu i sposobie składania reklamacji;
- 14) możliwości pozasądowego rozstrzygnięcia sporów wynikających z umowy;
- 15) prawie wypowiedzenia umowy, o którym mowa w art. 42 upk, oraz skutkach tego wypowiedzenia, w tym karach umownych;
- 16) istnieniu funduszu gwarancyjnego lub innych systemów gwarancyjnych, jeżeli takie istnieją;
- 17) języku stosowanym w relacjach przedsiębiorcy z konsumentem;
- 18) prawie właściwym państwa, które stanowi podstawę dla stosunków przedsiębiorcy z konsumentem przed zawarciem umowy na odległość oraz prawie właściwym do zawarcia i wykonania umowy;
- 19) sądzie właściwym do rozstrzygnięcia sporów związanych z wykonywaniem umowy.
- 20) żądaniu od konsumenta oświadczenia o poddaniu się egzekucji, stanowiącego podstawę do wystawienia przez bank bankowego tytułu egzekucyjnego stosownie do



przepisów ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. - Prawo bankowe (Dz.U. z 2012 r. poz. 1376, ze zm.)⁴.

Zgodnie z art. 39 ust. 3 upk, przedsiębiorca jest obowiązany do przekazania konsumentowi informacji, o których mowa w art. 39 ust. 1 upk, utrwalonych na papierze lub innym trwałym nośniku dostępnym dla konsumenta, przed zawarciem umowy, a gdy umowa jest na życzenie konsumenta zawierana z zastosowaniem środka porozumiewania się na odległość, który na to nie pozwala - niezwłocznie po jej zawarciu.

Należy podkreślić, że ww. sformułowania „na życzenie konsumenta” nie sposób utożsamiać ze sformułowaniem „za zgodą konsumenta”. Wyrażenie „życzenia” zakłada bowiem aktywną postawę konsumenta jako inicjatora zawarcia umowy z zastosowaniem określonego środka porozumiewania się na odległość. Samo wyrażenie zgody na daną czynność jest pasywną postawą klienta. W przedmiotowym postępowaniu konsumentowi składana była propozycja zawarcia określonej umowy przez telefon i miał on jedynie możliwość wyrażenia zgody na zawarcie umowy za pomocą tego środka porozumiewania się lub nie - po stronie konsumenta nie leżała w tym przypadku żadna aktywność, gdyż to Spółka dokonała wyboru metody zawarcia umowy. W związku z powyższym, należy podkreślić, że w przedmiotowym postępowaniu umowy nie były zawierane z zastosowaniem środka porozumiewania się na odległość na życzenie konsumenta.

Celem art. 39 ust. 3 upk jest stworzenie właściwych warunków ochrony konsumenta jako „słabszej” strony na rynku usług finansowych. W przypadku umów zawieranych na odległość to przedsiębiorca wybiera czas rozmowy, stawiając klienta w sytuacji, w której może być zaskoczony zarówno samym faktem rozmowy, jak i złożoną mu propozycją. Klient, z którym kontaktowała się Spółka, nie spodziewał się telefonu, nie oczekiwał oferty, która została do niego skierowana. Mógł wykonywać w tym czasie inne czynności albo zostać oderwany od czynności, którą akurat wykonywał, w związku z czym nie był w pełni skupiony na przedstawianej mu propozycji i nie miał czasu na przemyślenie złożonej mu oferty. Część przekazywanych przez konsultantów informacji mogła również nie zostać usłyszana przez konsumenta lub przez niego zapomniana. W takiej sytuacji mógł podjąć decyzję o przystąpieniu do grupowego ubezpieczenia na życie, która była pochopna i nieprzemysłana.

Mając świadomość powyższego ustawodawca niezależnie od obowiązku przekazania informacji ustnie podczas rozmowy telefonicznej, nałożył na przedsiębiorcę obowiązek, by odpowiednie informacje - niezależnie od przekazania ich słownie - zostały przekazane konsumentowi także na papierze lub innym trwałym nośniku. Precyzyjnie uregulował, kiedy ma to nastąpić. Co do zasady informacje powinny być konsumentowi przekazane przed zawarciem umowy, a w wyjątkowych przypadkach niezwłocznie po jej zawarciu - wówczas, gdy umowa jest na życzenie konsumenta

⁴ Art. 39 ust. 1 pkt 20 upk znajdował się w pierwotnym brzmieniu ustawy o prawach konsumenta. Wszedł w życie 25 grudnia 2014 r. Został uchylony w dniu 27 listopada 2015 r. w związku z wejściem w życie ustawy z dnia 25 września 2015 r. o zmianie ustawy Prawo bankowe oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r. poz. 1854).



zawierana z zastosowaniem środka porozumiewania się na odległość, który nie pozwala na doręczenie warunków umowy. Przekazanie informacji na trwałym nośniku umożliwi konsumentom dokładne zapoznanie się z warunkami umowy, dokonanie dogłębnej analizy jej postanowień, a następnie związanie się umową w sposób przemyślany i świadomy.

Z art. 39 ust. 3 upk wynika, że przekazywanie informacji wskazanych w art. 39 ust. 1 upk na trwałym nośniku po zawarciu umowy jest wyjątkiem od zasady przekazywania tych informacji przed zawarciem umowy. Wyjątków zaś nie należy interpretować rozszerzająco.

Należy także wskazać, że następcze przekazanie konsumentowi warunków umowy nie wypełnia tożsamego celu, jaki stał się przyczyną wprowadzenia art. 39 ust. 3 upk - gdyby następcze wykonanie takiego obowiązku gwarantowało konsumentowi tożsamy poziom ochrony jaki zapewnia mu przekazanie informacji na trwałym nośniku przed zawarciem umowy, racjonalny ustawodawca zrezygnowałby z wprowadzania obowiązku przewidzianego w art. 39 ust. 3 upk, poprzestając na obowiązku określonym w art. 39 ust. 4 upk, zgodnie z którym w czasie trwania umowy konsument ma prawo żądać potwierdzenia jej treści na piśmie.

W analizowanym przypadku istotną kwestię stanowi też pojęcie trwałego nośnika. Spółka wskazywała bowiem, że konsumenci, zgodnie ze skrytem sprzedażowym, byli informowani przed zawarciem umowy, że warunki ubezpieczenia dostępne są na stronie internetowej Spółki. Zgodnie z art. 2 ust. 4 upk trwałym nośnikiem jest materiał lub narzędzie umożliwiające konsumentowi lub przedsiębiorcy przechowywanie informacji kierowanych osobiście do niego, w sposób umożliwiający dostęp do informacji w przyszłości przez czas odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i które pozwalają na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci.

Nośnik musi mieć charakter trwały. Powinien umożliwiać przechowywanie i odtwarzanie informacji przez czas odpowiedni do celów, jakim informacje te mają służyć. W tym kontekście należy uwzględnić interesy stron kształtujące się na tle danej umowy między przedsiębiorcą a konsumentem.

O trwałym nośniku można mówić wyłącznie wówczas, gdy dany materiał lub urządzenie będzie pozwalać na utrwalenie przekazanej informacji w niezmienionej treści przez co najmniej odpowiedni okres i jej odtworzenie. Istotną cechą trwałych nośników jest więc umożliwienie konsumentowi przechowywania informacji tak długo, jak jest to dla niego konieczne w celu ochrony swoich interesów wynikających ze stosunków łączących go z przedsiębiorcą.

Możliwość zakwalifikowania konkretnego materiału, urządzenia lub narzędzia jako trwałego nośnika uwarunkowana jest zatem posiadaniem przez niego:

1. zdolności do przechowywania informacji;
2. możliwości odtworzenia przechowywanych informacji w niezmienionej formie;



3. trwałości, umożliwiającej niezakłócony dostęp do zawartych w nim treści przynajmniej przez czas odpowiedni, do celów, jakim zgromadzone na nim informacje służą.

Dopiero kumulatywne wystąpienie tych cech pozwala na zakwalifikowanie danego nośnika jako „trwałego nośnika”⁵.

Spełnienie wymogu przekazania konsumentowi przez przedsiębiorcę informacji na trwałym nośniku nie powinno być związane z działaniami konsumenta, takimi jak wyszukanie odpowiedniego wzorca umownego na stronie internetowej, aplikacji przedsiębiorcy czy zapisaniem informacji zawartych na wyświetlonej internetowej lub innym nośniku⁶.

Pojęcie „trwałego nośnika” było przedmiotem rozważań Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej także jako: „TSUE”). W wyroku z dnia 5 lipca 2012 r. w sprawie Content Services Ltd przeciwko Bundesarbeitskammer, C-49/11, TSUE wskazał, że aby uznać, iż nośnik ma cechy trwałości, o której mowa powyżej, należy udowodnić, że przekazanie w nim informacji gwarantuje brak możliwości dokonywania zmian w ich zawartości, a także gwarantuje ich dostępność w odpowiednim okresie oraz pozwala konsumentom na ich odtworzenie w niezmienionej postaci⁷. Także w wyroku z dnia 9 listopada 2016 r., sygn. C-42/15, TSUE wskazał, że: *„nośnik ten powinien gwarantować, by konsument w sposób analogiczny do formy papierowej posiadał dane informacje w celu umożliwienia mu w razie potrzeby powołania się na przysługujące mu prawa. W tym względzie istotna z punktu widzenia konsumenta jest możliwość przechowywania informacji, które zostały mu osobiście przekazane, gwarancja braku zmian w ich treści, a także ich dostępność w odpowiednim okresie oraz możliwość ich odtworzenia w niezmienionej postaci”*.

Biorąc pod uwagę powyższe, należy stwierdzić, że strona internetowa przedsiębiorcy nie jest nośnikiem, który posiada cechę trwałości. Nie zapewnia ona wymogu przechowywania informacji w formie niezmienionej. Przez przechowywanie informacji w formie niezmienionej należy rozumieć sytuację, w której przedsiębiorca (nadawca informacji) nie może ingerować w treść przekazywanej informacji, w szczególności jej usunąć lub zmienić. W przedmiotowym stanie faktycznym Spółka posiadała możliwość ingerowania faktycznego i technicznego w informacje, które znajdują się na stronie internetowej w dowolnym czasie. Ponadto, aby nośnik informacji mógł zostać uznany za „trwały” musi gwarantować dostęp do informacji przez czas odpowiedni do celów, jakim informacje te służą, tj. tak długo, jak długo informacje te są dla konsumenta istotne w celu ochrony interesów wynikających ze stosunków umownych łączących konsumenta z przedsiębiorcą. W omawianym stanie faktycznym konsument nie mógł mieć pewności, że niezbędne dla niego informacje są dostępne w odpowiednim czasie. Nie ma przy tym znaczenia,

⁵ J. M. Szczygiel, Trwały nośnik w obrocie konsumenckim, IKAR 2017 nr 3, dostęp: Legalis.

⁶ Por. D. Lubasz [w:] Ustawa o prawach konsumenta, M. Namysłowska, D. Lubasz (red.).

⁷ Wyrok TSUE z dnia 5 lipca 2012 r. w sprawie Content Services Ltd przeciwko Bundesarbeitskammer, sygn. C-49/11, pkt 43.



czy konsument ma możliwość samodzielnego wydrukowania dokumentów w danym momencie. Należy zaznaczyć, że to na przedsiębiorcy ciąży obowiązek dostarczania wymaganych informacji w takiej formie, aby była ona trwałym nośnikiem informacji. Na przykład umożliwienie konsumentowi wydruku nie stanowi wypełnienia przez Spółkę wymogu dostarczania informacji w formie trwałego nośnika. Dostarczanie informacji odnosi się bowiem do aktywności po stronie przedsiębiorcy.

Następnie, odnosząc się do stanowiska Spółki, zgodnie z którym nie zawierała ona z konsumentami umów przez telefon, a jedynie pobierała oświadczenia woli klientów dotyczące przystąpienia do ubezpieczenia, Prezes Urzędu wskazuje, że Spółka zwracała się do konsumentów z ofertą w rozumieniu art. 66 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tekst jedn. Dz.U. z 2024 r. poz. 1061, dalej także jako: „kc”), a poprzez jej przyjęcie dochodziło do złożenia oświadczenia woli i objęcia ochroną ubezpieczeniową oraz do uzgodnienia innych kwestii związanych z zawieraną umową - przede wszystkim wysokości składki i sposobu jej rozliczenia.

Oferta jest oświadczeniem woli podmiotu prawa cywilnego wyrażającym stanowczą wolę zawarcia umowy. Ustalenie, czy w danym wypadku mamy do czynienia ze stanowczą wolą zawarcia umowy, dokonuje się kombinowaną metodą wykładni oświadczeń woli⁸. Należy więc uznawać taki sens oświadczenia, w jakim zgodnie strony go zrozumiały. Jeżeli propozycję zawarcia umowy składa przedsiębiorca konsumentowi, to na przedsiębiorcy spoczywa szczególna powinność dokładnego poinformowania konsumenta o znaczeniu oferty. Zasada ta rekompensuje brak wiedzy i doświadczenia zawodowego konsumenta w relacji do przedsiębiorcy.

Zgodnie z art. 808 § 2 kc w przypadku ubezpieczenia na cudzy rachunek obowiązek opłacania składki spoczywa na ubezpieczającym. Na podstawie zawieranej umowy ze Spółką, konsument wyrażał zgodę na obciążenie go przez Orange wraz z rachunkiem telefonicznym opłatą w wysokości odpowiadającej wysokości miesięcznej składki. Z informacji przekazywanych konsumentom w trakcie rozmowy telefonicznej wynika, że brak terminowego uregulowania opłaty nie powoduje automatycznego wygaśnięcia ochrony ubezpieczeniowej, jednak uprawnia Orange nie tylko do dochodzenia jej zapłaty, ale również do nieopłacenia składki za konsumenta⁹.

W związku z argumentami podnoszonymi przez Orange dotyczącymi m.in. możliwości odstąpienia od umowy oraz prawidłowego informowania konsumentów o prawie do odstąpienia od umowy, należy także wskazać, że prawo odstąpienia od umowy jest instrumentem służącym ochronie interesów konsumenta w okresie po zawarciu umowy, a nie przed jej zawarciem, jak ma to miejsce w przypadku art. 39 ust. 3 upk. Przepis art. 39 ust. 3 upk w zw. z art. 39 ust. 1 upk ma na celu nie tylko przekazanie konsumentowi odpowiedniego zakresu informacji, ale także - co zostało już wskazane powyżej - umożliwienie mu podjęcia decyzji o związaniu się umową w

⁸ Tak: Z. Radwański, Zawarcie umowy [w:] Z. Radwański (red.), Prawo cywilne - część ogólna. System Prawa Prywatnego. Tom 2, Warszawa 2008, s. 321.

⁹ Tak min.: Skrypt [xxxxxxxxxxx] - pkt 5 Przystąpienie do ubezpieczenia - „Bezpieczne Zdrowie Plus”.



sposób przemyślany i świadomy. Skutkiem praktyki jest zatem to, że konsument nie posiadał w odpowiednim momencie odpowiednich informacji w przewidzianej formie. Nie została więc urzeczywistniona przyznana mu przez ustawodawcę ochrona, a konsument mógł podjąć decyzję o przystąpieniu do umowy pod wpływem impulsu i bez należytego namysłu, co z kolei mogło mieć ekonomiczny skutek dla konsumentów w postaci koniczności opłacania składek przez określony czas.

Należy więc uznać, że uprawdopodobniono, że Spółka nie przekazywała konsumentom informacji wskazanych w art. 39 ust. 1 upk na trwałym nośniku dostępnym dla konsumenta przed zawarciem umowy. Konsumenti, zgodnie ze skryptem sprzedażowym, byli jedynie informowani, że warunki ubezpieczenia dostępne są na stronie internetowej Spółki. Strona internetowa Spółki nie jest jednak nośnikiem, który posiada cechę trwałości. Nie zapewnia ona bowiem wymogu przechowywania informacji w formie niezmienionej. Spełnienie wymogu przekazania konsumentowi informacji na trwałym nośniku nie powinno być także związane z koniecznością podjęcia działań przez konsumenta, a wyszukanie konkretnego wzorca na stronie internetowej Spółki wiązało się z koniecznością podjęcia takich działań przez konsumentów. Jak wykazano powyżej, umowy w przedmiotowym postępowaniu nie były zawierane z zastosowaniem środka porozumiewania się na odległość na życzenie konsumenta, wobec czego informacje wskazane w art. 39 ust. 1 upk, powinny zostać przedstawione konsumentom przed zawarciem umowy, a nie dopiero po jej zawarciu, jak miało to miejsce w przedmiotowym postępowaniu.

W konsekwencji należy uznać za uprawdopodobnione naruszenie przez Spółkę art. 39 ust. 3 upk w zw. z art. 39 ust. 1 upk w zakresie praktyki opisanej w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

Uprawdopodobnienie godzenia w zbiorowe interesy konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera definicji „zbiorowego interesu konsumentów”. Zgodnie z art. 24 ust. 3 uokik, nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza więc narażenie na uszczerbek interesów nieograniczonej grupy konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą działanie i zaniechanie. Ponadto godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia.

Działanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowe interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w ich sferze 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 zachowanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest skierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszeniem interesów



gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych (naruszenie o charakterze pozaekonomicznym). Zachowanie Spółki może naruszać ekonomiczne i pozaekonomiczne interesy konsumentów. Konsumenti przed zawarciem umowy nie otrzymywali informacji wskazanych w art. 39 ust. 1 upk na trwałym nośniku. W związku z tym, przystępując do umowy ubezpieczenia przez telefon, konsumenci nie posiadali wszelkich niezbędnych informacji do podjęcia decyzji. Nie mogli ich także przeanalizować. Wobec tego mogli oni ponosić opłatę za ubezpieczenie, które nie spełniało ich potrzeb. Ponadto praktyka Spółki może naruszać zbiorowe interesy konsumentów w aspekcie pozaekonomicznym - tj. pozbawiać konsumentów prawa uczestniczenia w rynku, na którym działają przedsiębiorcy respektujący uprawnienia przyznane konsumentom w przepisach powszechnie obowiązującego prawa.

Praktyka Spółki dotyczyła potencjalnie nieograniczonego z góry kręgu konsumentów. Praktyka stosowana przez Spółkę dotykała bowiem potencjalnie nieograniczonego kręgu konsumentów, którzy zawarli ze Spółką umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Z tego względu, w ocenie Prezesa Urzędu, interes konsumentów, który mógł zostać naruszony w wyniku działań podejmowanych przez Spółkę nie stanowi sumy indywidualnych interesów poszczególnych konsumentów, lecz ma charakter zbiorowy, co przesądza o możliwości uznania, iż działania te godzą w zbiorowy interes konsumentów.

Mając na uwadze powyższą analizę, należy przyjąć, że uprawdopodobniono, że Spółka stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów opisaną w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

Złożenie zobowiązania przez przedsiębiorcę i nałożenie przez Prezesa Urzędu obowiązku wykonania tego zobowiązania

W toku postępowania Spółka złożyła wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej, o której mowa w art. 28 uokik. W tym miejscu ponownie należy wskazać, że zgodnie z art. 28 ust. 1 uokik, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy- że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 uokik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może w drodze decyzji zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku, gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio. Do wydania decyzji zobowiązującej konieczne jest zatem istnienie dwóch



elementów: uprawdopodobnienie w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, że przedsiębiorca stosuje tę praktykę oraz zobowiązanie się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków. Pierwszą z przestanek oceniono już powyżej.

W omawianej sprawie Spółka zobowiązała się do usunięcia skutków naruszenia zakazu stosowanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Spółka zaprzestała stosowania ww. praktyki w dniu 30 czerwca 2016 r. Z oświadczeń Spółki wynika, że możliwości przystąpienia do umów ubezpieczenia na życie w modelu grupowym za pośrednictwem Spółki była możliwa wyłącznie do dnia 30 czerwca 2016 r. Z uwagi na fakt zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, zobowiązanie Spółki obejmuje wyłącznie działania zmierzające do usunięcia skutków naruszenia.

Prezes Urzędu, przychylając się do wniosku o wydanie decyzji zobowiązującej oraz formy zwrotu jednomiesięcznej składki w formie upustu tej składki na kolejnych fakturach albo wypłaty tej kwoty na rachunek bankowy konsumenta,, wziął pod uwagę charakter uprawdopodobnionego naruszenia przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów. W opinii Prezesa Urzędu, zastosowany zwrot jednomiesięcznej składki w formie upustu tej składki na kolejnych fakturach, mający formę przysporzenia konsumenckiego znajduje zasadność w niniejszym stanie faktycznym.

Prezes Urzędu nałożył na Spółkę obowiązek wykonania zobowiązania zgodnie z pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji. Treść zobowiązania jest jednoznaczna i precyzyjna oraz umożliwia skontrolowanie jego wykonania.

W ocenie Prezesa Urzędu zobowiązanie w powyższym kształcie spełnia cel wydania decyzji zobowiązującej, którym jest zapewnienie odpowiedniego poziomu ochrony interesów ogółu konsumentów dotkniętych praktyką Spółki. Złożone przez Spółkę zobowiązanie obejmuje obowiązek przyznania zwrotu stanowiącego równowartość jednomiesięcznej składki ubezpieczenia lub upustu w wysokości jednomiesięcznej składki ubezpieczenia na życie konsumentom, którzy przystąpili do umowy grupowego ubezpieczenia na życie w okresie pomiędzy 25 grudnia 2014 r. a 30 czerwca 2016 r. na następujących zasadach:

- konsumenci, którzy złożyli reklamację dotyczącą ww. produktów do dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji i reklamacja ta nie została rozpatrzona pozytywnie, zaś na dzień uprawomocnienia się niniejszej decyzji nadal pozostają abonentami Orange otrzymają automatycznie upust w wysokości jednomiesięcznej składki za ubezpieczenie poprzez zwrot tej składki na kolejnych fakturach za świadczenie usług telekomunikacyjnych,
- konsumenci, którzy nie składali reklamacji dot. ww. produktów lub składali reklamacje do dnia uprawomocnienia niniejszej decyzji, ale zostały one rozpatrzony pozytywnie otrzymają zwrot stanowiący równowartość jednomiesięcznej składki tego ubezpieczenia lub upust w wysokości jednomiesięcznej składki za ubezpieczenie



po złożeniu odpowiedniego wniosku za pośrednictwem formularza udostępnionego na stronie internetowej Spółki, przy czym konsumentom, którzy na dzień uprawomocnienia niniejszej decyzji nadal pozostają abonentami Orange upust zostanie rozliczony poprzez zwrot tej składki na kolejnych fakturach za świadczenie usług telekomunikacyjnych, zaś konsumentom, którzy na dzień uprawomocnienia niniejszej decyzji nie pozostają abonentami Orange zwrot zostanie wypłacony w formie przelewu na wskazany rachunek bankowy.

Wielkość i rodzaj przyznanych korzyści uzależniony będzie od sytuacji konsumentów, tj. wysokości opłacanej składki. Decyzja rozróżnia sytuację konsumentów pozostających klientami Orange, którzy zgłoszyli reklamacje i konsumentów, którzy reklamacji nie składali.

Dopełnieniem tego zobowiązania będzie opublikowanie odpowiedniego Komunikatu oraz Oświadczenia na stronie internetowej Spółki wraz z przekierowaniem do treści niniejszej decyzji na stronie internetowej Urzędu oraz opublikowanie odpowiedniego Komunikatu na profilu Orange w mediach społecznościowych tj. Facebook oraz Serwis X (dawniej Twitter). Działanie to spełni funkcję prewencyjną i edukacyjną wobec innych uczestników rynku i pozwoli ustrzec konsumentów przed negatywnymi skutkami podobnych działań. Realizacja zadeklarowanych przez Orange działań informacyjno-edukacyjnych pozwoli na zrekompensowanie faktu, iż na skutek kwestionowanego działania Spółki mogły zostać również naruszone pozaekonomiczne interesy nieoznaczonego kręgu klientów Orange.

Spółka z uwagi na kwestie organizacyjne oraz techniczne zaproponowała różne terminy realizacji poszczególnych jej zobowiązań, które zostały szczegółowo określone w punktach I.1.1, I.1.2, I.2, I.3, I.4, I.5, I.6 sentencji niniejszej decyzji (np. 2 miesiące i 14 dni, 6 miesięcy, 14 dni, 2 miesiące). Przykładowo wskazane powyżej terminy są związane z liczbą konsumentów objętych zobowiązaniem, faktem, iż zwrot stanowiący równowartość jednomiesięcznej składki ubezpieczenia przysługuje również konsumentom, którzy nie są już abonentami Spółki, długim okresem oferowania usług objętych przedmiotową decyzją. Biorąc pod uwagę wyjaśnienia Spółki, a także wymagania czasowe oraz organizacyjno-techniczne związane z realizacją złożonych zobowiązań, Prezes Urzędu uznał proponowane przez Spółkę terminy wykonania jej zobowiązania za wystarczające i zapewniające jego skuteczne wykonanie.

Podsumowując, Prezes UOKiK za celowe uznał nałożenie na Orange obowiązku wykonania przedłożonego przez niego zobowiązania. Tym samym spełnione zostały warunki niezbędne do wydania decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 uokik.

Obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań (pkt II rozstrzygnięcia decyzji)

Zgodnie z art. 28 ust. 3 uokik w decyzji nakładającej na przedsiębiorcę obowiązek wykonania określonych zobowiązań Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w oznaczonym terminie informacji o stopniu ich realizacji.



W związku z powyższym Prezes Urzędu zobowiązał przedsiębiorcę do poinformowania o stopniu realizacji zobowiązań, o których mowa w pkt I, zgodnie z treścią pkt II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

Zdaniem Prezesa Urzędu informacje i dokumenty określone w punkcie II sentencji niniejszej decyzji są konieczne, a zarazem wystarczające do przeprowadzenia prawidłowej oceny, czy Spółka wywiązała się z nałożonego na nią zobowiązania. Ponadto wyznaczony Spółce termin 8 miesięcy dotyczący przekazania informacji o stopniu realizacji zobowiązania jest racjonalny z punktu widzenia możliwości wykonania przez nią obowiązku sprawozdawczego.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I i II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

Pouczenie

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tekst jedn. Dz. U. z 2023 r., poz. 1550, dalej także jako: „kpc”) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 1 miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (tekst jedn. Dz.U. z 2024 r. poz. 959, dalej jako: „ustawa o kosztach sądowych”), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

Zgodnie z art. 103 ust. 1-2 ustawy o kosztach sądowych sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna dodatkowo wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 zd. 1 ustawy o kosztach sądowych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Jak stanowi art. 117 § 1 kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.

Zgodnie z art. 117 § 3 kpc osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaze, że nie



ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.

W myśl art. 117 § 4 zd. 1 kpc wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Artur Zwaliński
Zastępca Dyrektora
Departamentu Ochrony Zbiorowych Interesów
Konsumentów

Otrzymuje:

1. [xxx]
2. a/a