



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
MAŁGORZATA KRASNODĘBSKA-TOMKIEL

DDK- 61-15/10/PW/EK

Warszawa, dn. 30 grudnia 2011 r.

DECYZJA Nr DDK 18/2011

I. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: Polska Telefonía Cyfrowa Sp. z o.o.), w toku którego zostało uprawdopodobnione, na podstawie okoliczności sprawy, iż Polska Telefonía Cyfrowa S.A. stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na:

wysyłaniu do konsumentów wiadomości SMS zachęcających do wzięcia udziału w konkursie „100 Mercedesów od Ery”, w sytuacji braku wyrażenia przez odbiorców wiadomości SMS uprzedniej zgody na otrzymywanie informacji handlowych lub na posłużenie się przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. wiadomością SMS w celu złożenia propozycji zawarcia umowy, co mogło naruszać art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm.), 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 (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) oraz art. 9 pkt 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów,

po zobowiązaniu się Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. do podjęcia działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Polską Telefonię Cyfrową S.A. z siedzibą w Warszawie obowiązek wykonania zobowiązania do:**

1. Wypłacenia rekompensaty, polegającej na zwrocie kwot wydanych na wysłane w ramach konkursu „100 Mercedesów od Ery” wiadomości SMS, konsumentom, którzy łącznie spełniają następujące warunki:
 - byli lub są aktywnymi abonentami sieci Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A., przy czym ilekroć mowa w niniejszej decyzji o abonencie, należy przez niego rozumieć zarówno konsumenta, który zawarł umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych w formie pisemnej, jak i zarejestrowanego lub niezarejestrowanego abonenta usług przedpłaconych

- w stosunku do których Polska Telefonia Cyfrowa S.A. nie dysponowała wyraźną zgodą na wysyłanie informacji handlowych, a do których zostały wysłane wiadomości SMS zachęcające do udziału we wskazanym konkursie;
- złożyli Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. lub organizatorowi konkursu, którym była Upstream S.A., reklamację dotyczącą konkursu „100 Mercedesów od Ery”;
- wysłali w konkursie „100 Mercedesów od Ery” wiadomości SMS o łącznej wartości nie wyższej niż 3000 (słownie: trzy tysiące) złotych netto.

Wypłata rekompensaty nastąpi na następujących zasadach:

- abonenci, którzy zawarli umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych na piśmie, o dokonaniu przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. zwrotu kwot wydanych w konkursie „100 Mercedesów od Ery” i o powodach takiej korekty zostaną powiadomieni notą informacyjną dołączoną do faktury. W zależności od decyzji abonenta zwrot kwot wydanych w niniejszym konkursie polegać będzie albo na obniżeniu, o kwotę równą kwocie rekompensaty, należności wynikających z faktury wystawionej uczestnikowi za następny – po poinformowaniu Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. o preferowanej formie zwrotu – miesiąc (lub miesiące, jeżeli zwracana kwota jest wyższa niż należność wynikająca z tej faktury) albo na przelewie kwoty odpowiadającej kwocie wydanej na wysłane w ramach konkursu wiadomości SMS na wskazany przez abonenta rachunek bankowy.
- abonenci usług przedpłaconych otrzymają notę informacyjną o dokonaniu przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. zwrotu kwot wydanych w konkursie „100 Mercedesów od Ery” i o powodach takiej korekty. W zależności od decyzji abonenta zwrot pieniędzy polegać będzie albo na podwyższeniu salda konta numeru albo na przelewie kwoty odpowiadającej kwocie wydanej na wysłane w ramach konkursu wiadomości SMS na wskazany przez abonenta rachunek bankowy.

W nocy informacyjnej abonenci zostaną poinformowani, iż mogą dokonać wyboru formy rekompensaty w terminie nie przekraczającym 60 dni od dnia sporządzenia noty informacyjnej.

Polska Telefonia Cyfrowa S.A. wykona przedmiotowe zobowiązanie w terminie 4 miesięcy od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

2. Wypłaty zadośćuczynienia, polegającego na zapłacie sumy pieniężnej w wysokości 500 (słownie: pięćset) złotych konsumentom, którzy łącznie spełniają następujące warunki:

- byli lub są aktywnymi abonentami Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A.;
- w stosunku do których Polska Telefonia Cyfrowa S.A. nie dysponowała wyraźną zgodą na wysyłanie informacji handlowych, a do których zostały wysłane wiadomości SMS zachęcające do udziału we wskazanym konkursie;
- złożyli Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. lub organizatorowi konkursu, którym była Upstream S.A., reklamację dotyczącą konkursu „100 Mercedesów od Ery”;

Abonenci otrzymają od Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. notę informującą o zadośćuczynieniu i przyczynach przyznania świadczenia.

Polska Telefonia Cyfrowa S.A. wykona przedmiotowe zobowiązanie w terminie 4 miesięcy od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

3. Przekazania kwoty 311 000 (słownie: trzysta jedenaście tysięcy) złotych Fundacji Kidprotect.pl z siedzibą na ul. Dzielnej 21/83 w Warszawie (nr wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego: 0000220899) celem organizacji i przeprowadzenia zajęć dla uczniów szkół podstawowych z klas 4-6, rodziców i nauczycieli w zakresie bezpiecznego korzystania z telefonów i Internetu.

Polska Telefonia Cyfrowa S.A. wykona przedmiotowe zobowiązanie w terminie 30 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

4. Przyznania rekompensaty w postaci dodatkowych pakietów minut, tj. po 100 minut miesięcznie przez 6 miesięcy do wykorzystania w sieci Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A., konsumentom, którzy spełniają łącznie następujące warunki:

- byli lub są aktywnymi abonentami Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A.;

- w stosunku do których Polska Telefonia Cyfrowa S.A. nie dysponowała wyraźną zgodą na wysyłanie informacji handlowych, a do których zostały wysłane wiadomości SMS zachęcające do udziału we wskazanym konkursie;

- złożyli Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. lub organizatorowi konkursu, którym była Upstream S.A., reklamację dotyczącą konkursu „100 Mercedesów od Ery”;

Abonenci, uprawnieni do otrzymania rekompensaty w postaci darmowych minut zostaną poinformowani przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. za pośrednictwem not informujących o rekompensacie i przyczynach jej przyznania.

Polska Telefonia Cyfrowa S.A. wykona przedmiotowe zobowiązanie w terminie 30 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

5. Wprowadzenia możliwości ustanowienia przez abonenta Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. dziennego limitu (progu kwotowego) w wysokości 31 (słownie: trzydzieści jeden) złotych w odniesieniu do usług o podwyższonej opłacie, z których konsument korzysta w ramach udziału w konkursach i loteriach organizowanych przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. W przypadku skorzystania przez abonenta z tej możliwości, mechanizm dziennego limitu będzie funkcjonował na następujących zasadach:

- po przekroczeniu limitu uczestnik automatycznie będzie otrzymywał wiadomość SMS z powiadomieniem o fakcie przekroczenia tego limitu;

- limit liczony będzie dla każdego konkursu lub loterii osobno, co oznacza przykładowo, że jeżeli konsument będzie brał udział w dwóch różnych konkursach organizowanych przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na jej zlecenie, limity będą liczone oddzielnie dla każdego z nich.

Polska Telefonia Cyfrowa S.A. rozpocznie wykonywanie przedmiotowego zobowiązania w terminie 30 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

6. Niewysyłania - w ramach organizowanych przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub podmioty działające na jej zlecenie, po dacie uprawomocnienia się niniejszej decyzji, konkursów i loterii - wiadomości za pomocą środków komunikacji elektronicznej,

o których mowa w art. 2 pkt 5 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, informujących o konkursie lub loterii lub zachęcających do wzięcia udziału w konkursie lub loterii, do abonentów sieci Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A., którzy nie wyrazili w sposób jednoznaczny zgody na otrzymywanie informacji handlowych.

7. Podawania w pierwszej wiadomości SMS informującej o nowym konkursie lub loterii, organizowanych przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. informacji o:

- miejscu publikacji regulaminu; w wiadomościach SMS zachęcających do przystąpienia do konkursu lub loterii stosowane będzie pełne słowo „*regulamin*”, zamiast skrótu „*reg.*”; odesłanie do specjalnie dedykowanej dla danego konkursu lub loterii strony lub strony operatora, na której konsument w bezpośredni sposób za pomocą powstałej ścieżki komunikacji będzie mógł pobrać właściwy regulamin konkursu lub loterii;

- cenie jednostkowej wiadomości SMS w konkursie lub loterii;

- istocie konkursu lub loterii (np. "*loteria ma charakter losowy*" albo "*konkurs oparty na wiedzy*");

- podmiocie będącym organizatorem danego konkursu lub loterii;

Polska Telefonia Cyfrowa S.A. rozpocznie wykonywanie przedmiotowego zobowiązania w terminie 30 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

8. Wysyłania do każdego abonenta, który zgłosił się do udziału w konkursie lub loterii organizowanych przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A., zwrotnej wiadomości SMS potwierdzającej to zgłoszenie oraz zawierającej informację o bezpłatnym numerze, na który konsument będzie mógł wysłać wiadomość SMS w celu rezygnacji z udziału w danym konkursie lub loterii.

Polska Telefonia Cyfrowa S.A. rozpocznie wykonywanie przedmiotowego zobowiązania w terminie 30 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

9. Przesyłania każdego dnia, w którym będzie kierowana komunikacja konkursowa lub loteryjna do uczestników, wraz z pierwszą danego dnia wiadomością SMS dotyczącą konkursu lub loterii (np. z pierwszą tego dnia wiadomością SMS z pytaniem w konkursie), wiadomości SMS zawierającej informację o miejscu publikacji regulaminu, cenie za wiadomość SMS, informację o organizatorze konkursu oraz numerze, pod którym będzie można zrezygnować z udziału w konkursie lub loterii.

Polska Telefonia Cyfrowa S.A. rozpocznie wykonywanie przedmiotowego zobowiązania w terminie 30 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

10. Przygotowania programu edukacyjnego w formie poradnika dla klientów Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. będących konsumentami, w zakresie zasad korzystania z telekomunikacyjnych usług o podwyższonej opłacie (w szczególności wiadomości SMS o podwyższonej opłacie), w tym korzystania z tych usług w loteriach i konkursach oraz jego opublikowania na stronach internetowych www.t-mobile.pl oraz www.t-mobile-trendy.pl. Poradnik będzie dostępny również w wersji papierowej na życzenie konsumenta będącego abonentem Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. po

wysłaniu bezpłatnej wiadomości SMS pod dedykowany numer - wówczas Polska Telefonia Cyfrowa S.A. prześle poradnik w formie papierowej na adres korespondencyjny danego klienta. Informacja o dostępności poradnika na stronach internetowych, jak i o możliwości zgłoszenia bezpłatnego żądania przesłania na wskazany adres poradnika w formie papierowej, zostanie zamieszczona na fakturach wysyłanych konsumentom.

Polska Telefonia Cyfrowa S.A. dokona publikacji poradnika w wersji elektronicznej – na stronach www.t-mobile.pl oraz www.t-mobile-trendy.pl – w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji. Polska Telefonia Cyfrowa S.A. dokona publikacji i udostępni konsumentom będącym jej abonentami poradnik w formie papierowej w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

11. Jednokrotnej publikacji w prasie o zasięgu ogólnopolskim, w części głównej gazety wydawanej w nakładzie dziennym co najmniej 100 000 egzemplarzy, komunikatu prasowego o następującej treści:

Uprzejmie informujemy, że w ramach wykonania decyzji Prezesa UOKiK z dnia [•] 2011 r. sygn. [•] oraz w trosce o poziom świadczonych usług oraz satysfakcję klientów, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. z siedzibą w Warszawie („PTC”) przygotowała poradnik korzystania z usług Premium, które są wykorzystywane między innymi w loteriach i konkursach organizowanych przez PTC lub przez inne podmioty na zlecenie PTC. Poradnik będzie dostępny na stronie internetowej www.t-mobile.pl, w zakładce "Strefa klienta", na portalu "T-Mobile Trendy" pod adresem www.t-mobile-trendy.pl. Na życzenie Klienta poradnik będzie również bezpłatnie przesyłany w formie papierowej.

Dodatkowo uprzejmie informujemy, że powyższa informacja zawierać będzie porady dotyczące następujących tematów:

- jak sprawdzić koszt związany z wysłaniem wiadomości SMS na wybrany numer Premium;
- sposób działania oraz zasady korzystania z subskrypcji i prenumerat;
- na co zwracać uwagę biorąc udział w konkursach/loteriach SMS;
- w jaki sposób zgłosić wątpliwości związane z serwisami Premium.

Polska Telefonia Cyfrowa S.A. wykona przedmiotowe zobowiązanie w terminie 30 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

12. Niestosowania w regulaminach konkursów lub loterii, organizowanych po dacie uprawomocnienia się niniejszej decyzji, postanowień umownych tożsamyh co do celów lub skutków z następującymi postanowieniami zawartymi w Regulaminie konkursu „100 Mercedesów od Ery”:

- *Informacje o cechach Nagród, takich jak kolor, parametry techniczne czy parametry użytkowania nie są wiążące wobec Upstreama dla celów określenia, które nagrody mają zostać przekazane Uczestnikom. Upstream zastrzega sobie prawo zastąpienia Nagród innymi nagrodami, pod warunkiem, że będą one podobnej wartości i kategorii (pkt 24 Regulaminu konkursu „100 Mercedesów od Ery”)*

- *Jeżeli Upstream zawiesi lub przerwie Konkurs, zwykłe ogłoszenie w tym zakresie będzie opublikowane na Stronie Konkursu. Za pomocą takiego ogłoszenia Konkurs może zostać zawieszony lub przerwany i żadna z zainteresowanych stron, wliczając w to Uczestników, nie będzie miała prawa domagać się jakiegokolwiek odszkodowania, ani domagać się kontynuowania Konkursu. Jeżeli Konkurs zostanie zawieszony lub przerwany przed Dniem/Godziną Zakończenia, Upstream będzie jedynie obowiązany do wydania Nagród należnych za te Okresy Konkursu, które zostały prawidłowo zakończone do chwili zawieszenia lub przerwania Konkursu (pkt 31.3 Regulaminu konkursu „100 Mercedesów od Ery”).*

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 (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o.), w toku którego zostało uprawdopodobnione, na podstawie okoliczności sprawy, iż Polska Telefonia Cyfrowa S.A. stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów opisane w pkt. I sentencji decyzji, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Polską Telefonię Cyfrową S.A. z siedzibą w Warszawie obowiązek złożenia informacji o stopniu realizacji zobowiązań, o których mowa w punkcie I sentencji decyzji**, poprzez przedstawienie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pisemnych informacji z wykonywania zobowiązań Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. wraz z dokumentami poświadczającymi realizację przedmiotowych zobowiązań, według następującego schematu:

1. W zakresie realizacji zobowiązań, o których mowa w punkcie I.1 sentencji decyzji, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić – w terminie 5 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – pisemną informację poświadczającą wypłacenie uprawnionym konsumentom rekompensat pieniężnych. Do pisemnej informacji Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest dołączyć dowody (przykładowo w postaci kopii dowodów przelewów) poświadczające wypłatę rekompensat, dotyczące 20 przykładowych konsumentów uprawnionych do otrzymania świadczenia.
2. W zakresie realizacji zobowiązań, o których mowa w punkcie I.2 sentencji decyzji, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić – w terminie 5 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – pisemną informację poświadczającą wypłacenie uprawnionym konsumentom zadośćuczynień w kwocie 500 zł. Do pisemnej informacji Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest dołączyć dowody (przykładowo w postaci kopii dowodów przelewów) poświadczające wypłatę zadośćuczynień, dotyczące 20 przykładowych konsumentów uprawnionych do otrzymania świadczenia.
3. W zakresie realizacji zobowiązań, o których mowa w punkcie I.3 sentencji decyzji, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić – w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – pisemną informację poświadczającą przekazanie kwoty 311 000 zł Fundacji Kidprotect.pl z siedzibą w Warszawie na zajęcia dla uczniów szkół podstawowych z klas 4-6, rodziców i nauczycieli w zakresie bezpiecznego korzystania z telefonów i Internetu. Do pisemnej informacji Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest załączyć dowód (przykładowo w postaci kopii dowodu przelewu)

przekazania powyższej kwoty na rzecz Fundacji Kidprotect.pl z siedzibą w Warszawie wraz z umową zawartą pomiędzy Polską Telefonią Cyfrową S.A. a Fundacją Kidprotect.pl, na podstawie której będą zorganizowane przedmiotowe szkolenia. Ponadto, w terminie do dnia 31 lipca 2012 r. Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić pisemne sprawozdanie opisujące czas, miejsce i przedmiot poszczególnych szkoleń składających się na realizację zobowiązań, o których mowa w pkt. I.3. sentencji decyzji.

4. W zakresie realizacji zobowiązań, o których mowa w punkcie I.4 sentencji decyzji, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić – w terminie 2 miesiące od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – pisemną informację poświadczającą wykonanie zobowiązania do przyznania rekompensaty w postaci pakietu 100 bezpłatnych minut przez 6 miesięcy. Do pisemnej informacji Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest dołączyć dowody (przykładowo w postaci kopii pism wysłanych do konsumentów z informacją o przyznaniu rekompensaty w postaci bezpłatnych minut) poświadczające przyznanie rekompensat, dotyczące 20 przykładowych konsumentów uprawnionych do otrzymania świadczenia.
5. W zakresie realizacji zobowiązań, o których mowa w punkcie I.5 sentencji decyzji, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić – w terminie 2 miesiące od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – pisemną informację poświadczającą wdrożenie systemu pozwalającego konsumentom na uruchomienie dziennego limitu wydatków w kwocie 31 zł, obejmującego udział w konkursach i loteriach organizowanych przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. Pisemna informacja powinna zawierać szczegółowy wykaz i zakres zmian w wewnętrznych procedurach informatycznych Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. wprowadzonych w celu uruchomienia przedmiotowego limitu wydatków, wraz ze szczegółową informacją o zasadach, na jakich konsumenci będą informowani o zasadach działania i korzystania z możliwości ustanowienia dziennego limitu wydatków.
6. W zakresie realizacji zobowiązań, o których mowa w punkcie I.6 sentencji decyzji, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić – w terminie 2 miesiące od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – pisemną informację poświadczającą przyjęcie mechanizmów gwarantujących wykonanie zobowiązania do niewysyłania niezamówionej informacji handlowej w ramach przyszłych konkursów i loterii organizowanych przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. Do pisemnej informacji Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest dołączyć dowód – odpowiednią uchwałę zarządu Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. lub inny akt wewnętrzny o podobnym skutku – przyjęcia mechanizmów, które zapewnią wykonanie zobowiązania, o którym mowa w pkt I.6 sentencji decyzji. Ponadto, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przekazać projekt każdego regulaminu konkursu lub loterii, które będą organizowane przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. w ciągu 3 miesięcy od daty przyjęcia uchwały zarządu lub innego aktu wewnętrznego o podobnym skutku, w celu umożliwienia weryfikacji, czy ustalenia zawarte w uchwale zarządu lub innym akcie o podobnym skutku są respektowane w ramach konkursów i loterii.

7. W zakresie realizacji zobowiązań, o których mowa w punkcie I.7 sentencji decyzji, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić – w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – pisemną informację poświadczającą przyjęcie mechanizmów gwarantujących wykonanie zobowiązania do umieszczania w pierwszej wiadomości SMS informującej o nowym konkursie lub loterii, organizowanych przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. wszystkich istotnych informacji, o których mowa w pkt I.7 sentencji decyzji. Do pisemnej informacji Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest dołączyć dowód – odpowiednią uchwałę zarządu Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. lub inny akt wewnętrzny o podobnym skutku – przyjęcia mechanizmów, które zapewnią wykonanie zobowiązania, o którym mowa w pkt I.7 sentencji decyzji. Ponadto, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przekazać projekt każdego regulaminu konkursu lub loterii, które będą organizowane przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. w ciągu 3 miesięcy od daty przyjęcia uchwały zarządu lub innego aktu wewnętrznego o podobnym skutku, w celu umożliwienia weryfikacji, czy ustalenia zawarte w uchwale zarządu lub innym akcie o podobnym skutku są respektowane w ramach konkursów i loterii.
8. W zakresie realizacji zobowiązań, o których mowa w punkcie I.8 sentencji decyzji, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić – w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – pisemną informację poświadczającą przyjęcie mechanizmów gwarantujących wykonanie zobowiązania do wysyłania do każdego abonenta, który zgłosił się do udziału w konkursie lub loterii organizowanych przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A., zwrotnej wiadomości SMS zawierającej informacje, o których mowa w pkt I.8 sentencji decyzji. Do pisemnej informacji Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest dołączyć dowód – odpowiednią uchwałę zarządu Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. lub inny akt wewnętrzny o podobnym skutku – przyjęcia mechanizmów, które zapewnią wykonanie zobowiązania, o którym mowa w pkt I.8 sentencji decyzji. Ponadto, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przekazać projekt każdego regulaminu konkursu lub loterii, które będą organizowane przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. w ciągu 3 miesięcy od daty przyjęcia uchwały zarządu lub innego aktu wewnętrznego o podobnym skutku, w celu umożliwienia weryfikacji, czy ustalenia zawarte w uchwale zarządu lub innym akcie o podobnym skutku są respektowane w ramach konkursów i loterii.
9. W zakresie realizacji zobowiązań, o których mowa w punkcie I.9 sentencji decyzji, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić – w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – pisemną informację poświadczającą przyjęcie mechanizmów gwarantujących wykonanie zobowiązania do przesyłania każdego dnia, w którym będzie kierowana komunikacja konkursowa lub loteryjna do uczestników, wiadomości SMS zawierającej informacje, o których mowa w pkt I.9 sentencji decyzji. Do pisemnej informacji Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest dołączyć dowód – odpowiednią uchwałę zarządu Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. lub inny akt wewnętrzny o podobnym skutku – przyjęcia mechanizmów, które zapewnią wykonanie zobowiązania, o którym mowa w pkt I.9 sentencji decyzji. Ponadto, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przekazać projekt każdego regulaminu konkursu lub loterii,

które będą organizowane przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. w ciągu 3 miesięcy od daty przyjęcia uchwały zarządu lub innego aktu wewnętrznego o podobnym skutku, w celu umożliwienia weryfikacji, czy ustalenia zawarte w uchwale zarządu lub innym akcie o podobnym skutku są respektowane w ramach konkursów i loterii.

10. W zakresie realizacji zobowiązań, o których mowa w punkcie I.10 sentencji decyzji, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić – w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – pisemną informację poświadczającą przygotowanie i opublikowanie na stronach internetowych programu edukacyjnego w formie poradnika dla klientów Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A., wraz z kopią przedmiotowego poradnika. Ponadto, w terminie 4 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić pisemną informację poświadczającą opublikowanie programu edukacyjnego w formie poradnika w wersji papierowej wraz z opisem funkcjonowania mechanizmu udostępniania programu edukacyjnego konsumentom, wraz z kopią poradnika w wersji papierowej.
11. W zakresie realizacji zobowiązań, o których mowa w punkcie I.11 sentencji decyzji, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić – w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – pisemną informację określającą termin, miejsce i sposób wykonania zobowiązań publikacyjnych, wraz z jednym egzemplarzem gazety, w której ukazał się przedmiotowy komunikat.
12. W zakresie realizacji zobowiązań, o których mowa w punkcie I.12 sentencji decyzji, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przedstawić – w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – pisemną informację poświadczającą wykonanie zobowiązania do niestosowania w regulaminach przyszłych konkursów i loterii, organizowanych przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A., postanowień umownych wskazanych w pkt. I.12 sentencji decyzji. Do pisemnej informacji Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest dołączyć dowód – odpowiednią uchwałę zarządu Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. lub inny akt wewnętrzny o podobnym skutku – wykonania zobowiązania do niestosowania w regulaminach przyszłych konkursów i loterii, organizowanych przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A., postanowień umownych wskazanych w pkt. I.12 sentencji decyzji. Ponadto, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. obowiązana jest przekazać projekt każdego regulaminu konkursu lub loterii, które będą organizowane przez Polską Telefonię Cyfrową S.A. lub na zlecenie Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. w ciągu 3 miesięcy od daty przyjęcia uchwały zarządu lub innego aktu wewnętrznego o podobnym skutku, w celu umożliwienia weryfikacji, czy ustalenia zawarte w uchwale zarządu lub innym akcie o podobnym skutku są respektowane w ramach konkursów i loterii.

UZASADNIENIE

W dniu 30 lipca 2009 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej „Prezesem Urzędu”, wszczął na podstawie art. 48 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 i 5 ustawy z dnia

16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm., dalej „uokik”) postępowanie wyjaśniające (sygn. akt DDK-405-37/09/JZ) w sprawie wstępnego ustalenia, czy Polska Telefonia Cyfrowa S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o.), zwana dalej „Spółką” albo „PTC”, 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 z prowadzonym w dniach 30 marca 2009 r. – 7 lipca 2009 r. konkursem „100 Mercedesów od Ery”, zwanym dalej „Konkursem”.

Spółka przedstawiła żądane wyjaśnienia i dokumenty w pismach z dnia 19 sierpnia 2009 r., 31 sierpnia 2009 r., 7 października 2009 r. oraz 10 listopada 2009 r.

Postanowieniem z dnia 24 lutego 2010 r. Prezes Urzędu postanowił o zamknięciu postępowania wyjaśniającego, stwierdzając podstawy do wszczęcia postępowania w sprawie stosowania przez PTC praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W dniu 30 grudnia 2010 r. Prezes Urzędu wszczął na podstawie art. 49 ust. 1 w zw. z art. 24 ust. 1 uokik postępowanie w sprawie stosowania przez PTC praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na wysyłaniu do konsumentów wiadomości SMS, których treść zachęcała do wzięcia udziału w konkursie „100 Mercedesów od Ery”, w sytuacji braku wyrażenia przez odbiorców ww. wiadomości SMS uprzedniej zgody na otrzymywanie informacji handlowych lub na posłużenie się przez PTC wiadomością SMS w celu złożenia propozycji zawarcia umowy, co mogło naruszać art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 ze zm., zwanej dalej „usude”), 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 (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm., zwanej dalej „uonpk”) oraz art. 9 pkt 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206, zwanej dalej „upnpr”) oraz mogło godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Postanowieniem z dnia 30 grudnia 2010 r. Prezes Urzędu włączył do materiału dowodowego w postępowaniu administracyjnym dokumenty zgromadzone w toku postępowania wyjaśniającego (sygn. akt: DDK-405-37/09/JZ).

Pismem z dnia 17 sierpnia 2011 r. Spółka poinformowała, iż z dniem 1 sierpnia 2011 r. Polska Telefonia Cyfrowa spółka z ograniczoną odpowiedzialnością przekształciła się w spółkę akcyjną, a tym samym, od dnia 1 sierpnia 2011 r. firma Spółki brzmi: „Polska Telefonia Cyfrowa Spółka Akcyjna”. Przekształcenie nastąpiło na podstawie art. 551 § 1 ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych (Dz. U. Nr 94, poz. 1037 ze zm., zwanej dalej „Ksh”) ze skutkami przewidzianymi w art. 553 § 1 Ksh. Zgodnie z tym przepisem spółce przekształconej – a więc Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. – przysługują wszystkie prawa i obowiązki spółki przekształcanej – tj. Polskiej Telefonii Cyfrowej Sp. z o.o.

W toku postępowania administracyjnego Polska Telefonia Cyfrowa S.A., w pismach z dnia 21 stycznia 2011 r., 3 lutego 2011 r., 15 kwietnia 2011 r., 31 maja 2011 r. 4 lipca 2011 r., 24 listopada 2011 r. oraz 12 grudnia 2011 r., zobowiązała się do dokonania zmian w działalności Spółki zmierzających do zapobieżenia naruszeniom zbiorowych interesów

konsumentów, składając jednocześnie wniosek o wydanie przez Prezesa Urzędu decyzji kończącej przedmiotowe postępowanie administracyjne na podstawie art. 28 uokik.

W odniesieniu do zarzutów sformułowanych w postanowienia o wszczęciu postępowania administracyjnego Spółka przedłożyła następujące zobowiązanie (ostateczna treść zobowiązania Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A., przedłożonego pismem z dnia 12 grudnia 2011 r.):

1. Zobowiązanie do niewysyłania, w ramach organizowanych w przyszłości przez PTC lub podmioty działające na jej zlecenie konkursów i loterii, wiadomości za pomocą środków komunikacji elektronicznej (o których mowa w art. 2 pkt 5 ustawy z dn. 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną) informujących o konkursie/loterii lub zachęcających do wzięcia udziału w konkursie lub loterii do abonentów sieci PTC (klienci postpaid i prepaid, dalej „abonenci”), którzy nie wyrazili w sposób jednoznaczny zgody na otrzymywanie informacji handlowych.

2. Z uwagi na nowelizację dnia 16 września 2011 r. ustawy Prawo telekomunikacyjne PTC zaimplementuje w sieci T-Mobile wszystkie zmiany, o których mowa w art. 64 a) tej ustawy, tj. PTC będzie zobowiązana na żądanie abonenta do:

- nieodpłatnego blokowania połączeń wychodzących na numery usług o podwyższonej opłacie oraz połączeń przychodzących z takich numerów;
- nieodpłatnego blokowania połączeń wychodzących na numery poszczególnych rodzajów usług o podwyższonej opłacie oraz połączeń przychodzących z takich numerów;
- umożliwienia abonentowi określenia maksymalnej ceny za jednostkę rozliczeniową usługi albo ceny za połączenie, w przypadku usługi taryfikowanej za całe połączenie, i nieodpłatnego blokowania połączeń wychodzących na numery usług o podwyższonej opłacie, których cena przekracza cenę maksymalną określoną przez abonenta w żądaniu, oraz połączeń przychodzących z takich numerów - chyba że takie połączenia nie będą powodowały obowiązku zapłaty po stronie abonenta.”

3. Zobowiązanie do wprowadzenia dziennego limitu (progu kwotowego) w wysokości 31 PLN oraz miesięcznego limitu (progu kwotowego) w wysokości 200 PLN w odniesieniu do usług Premium, z których konsument korzysta w ramach udziału w konkursach i loteriach organizowanych przez lub na zlecenie PTC. Po przekroczeniu tych limitów uczestnik automatycznie otrzyma wiadomość SMS z powiadomieniem o fakcie przekroczenia tego limitu i będzie mógł podjąć świadomą decyzję o dalszym uczestnictwie w konkursie/loterii. Limit liczony będzie dla każdego serwisu i konkursu/loterii osobno, co oznacza, że jeżeli konsument będzie brał udział w dwóch różnych konkursach organizowanych przez PTC lub na jej zlecenie, limity będą liczone oddzielnie dla każdego z nich.

4. Zobowiązanie do podawania w pierwszej wiadomości SMS informującej o nowym konkursie/loterii, organizowanym przez lub na zlecenie PTC informacji o miejscu publikacji regulaminu, cenie za SMS, a także informacji jaki podmiot jest organizatorem danego konkursu/loterii. Ponadto, w treści wiadomości SMS zachęcającej do przystąpienia do konkursu lub loterii wskazywana będzie istota gry (np. „loteria ma charakter losowy” albo „konkurs oparty na wiedzy lub różne warianty takiego przekazu) tak, aby konsument posiadał możliwie pełną informację na temat gry, w której bierze udział. W przypadku, gdy konkurs

lub loteria polegać będzie na subskrypcji przychodzących wiadomości SMS, w treści takiego SMS-a zawarta będzie informacja, iż za subskrypcję pobierana będzie opłata oraz w jakiej wysokości (np. „4,92zł dziennie”).

PTC zobowiązała się do wprowadzania nowej formuły informowania uczestników konkursów lub loterii o organizatorze, miejscu publikacji regulaminu i numerze, poprzez który można zrezygnować z udziału w konkursie lub loterii. W trakcie trwania konkursu lub loterii uczestnik otrzymywać będzie wiadomości SMS dotyczące konkursu lub loterii i zawierające na przykład pytania konkursowe. Pierwsza taka wiadomość konkursowa danego dnia będzie składać się z dwóch wiadomości SMS i zawierać będzie, oprócz informacji o cenie, także informację o miejscu publikacji regulaminu oraz o numerze, pod który należy wysłać wiadomość SMS, żeby nie otrzymywać już więcej wiadomości SMS w konkursie/loterii lub wypisać się z subskrypcji.

5. Zobowiązanie do wysyłania, do każdego abonenta, który zgłosił się do udziału w danym konkursie/loterii organizowanym przez lub na zlecenie PTC, wiadomości SMS potwierdzającej to zgłoszenie. Ponadto PTC zobowiązuje się podawać w przedmiotowej wiadomości SMS, potwierdzającej zgłoszenie, informację o bezpłatnym numerze, na który konsument będzie mógł wysłać wiadomość SMS w celu rezygnacji z udziału w danym konkursie/loterii.

6. Zobowiązanie do przesyłania każdego dnia, w którym będzie kierowana komunikacja konkursowa lub loteryjna do uczestników, wraz z pierwszą danego dnia wiadomością SMS dotyczącą konkursu lub loterii (np. z pierwszą tego dnia wiadomością SMS z pytaniem w konkursie), wiadomości SMS zawierającej informację o miejscu publikacji regulaminu, cenie za pojedynczą wiadomość lub subskrypcję, informację o organizatorze konkursu oraz numerze, pod którym będzie można zrezygnować z udziału w konkursie lub loterii.

7. Zobowiązanie do przygotowania programu edukacyjnego w formie poradnika dla klientów PTC będących konsumentami w zakresie zasad korzystania z usług opartych o komunikację Premium (w szczególności wiadomości SMS o podwyższonej opłacie), w tym wykorzystywania tych serwisów w loteriach i konkursach oraz jego opublikowanie na stronach www.t-mobile.pl i www.t-mobile-trendy.pl.

Poradnik zostanie zamieszczony na stronie www.t-mobile.pl w przeciągu 7 dni od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu.

Ponadto informacja o poradniku i miejscu jego publikacji będzie zamieszczona jednorazowo na fakturach wysyłanych konsumentom. Publikacja będzie miała miejsce w przeciągu 3 miesięcy od uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK. Poradnik ten będzie również dostępny w wersji papierowej na życzenie danego Klienta po wysłaniu bezpłatnej wiadomości SMS pod dedykowany numer (wówczas PTC prześle poradnik w formie papierowej na adres korespondencyjny danego Klienta). Szczegóły będą również zamieszczone w informacji na fakturze. PTC przekazała Prezesowi Urzędu projekt przedmiotowego poradnika.

8. Zobowiązanie polegające na obowiązku jednokrotnej publikacji w terminie do 4 tygodni od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu - w prasie o zasięgu ogólnopolskim, w części głównej gazety wydawanej w nakładzie dziennym co najmniej 100.000 egzemplarzy, komunikatu prasowego informującego

o zamieszczeniu na stronie internetowej PTC – www.t-mobile.pl oraz na portalu „T-Mobile Trendy” udostępnionego pod adresem www.t-mobile-trendy.pl poradnika dotyczącego działania serwisów Premium, w tym ich wykorzystywania w konkursach i loteriach organizowanych przez PTC. Przedmiotowy komunikat będzie zawierał streszczenie najważniejszych kwestii omawianych w poradniku.

Treść komunikatu prasowego:

Uprzejmie informujemy, że w ramach wykonania decyzji Prezesa UOKiK z dnia [•] 2011 r. sygn. [•] oraz w trosce o poziom świadczonych usług oraz satysfakcję klientów, Polska Telefonia Cyfrowa S.A. z siedzibą w Warszawie („PTC”) przygotowała poradnik korzystania z usług Premium, które są wykorzystywane między innymi w loteriach i konkursach organizowanych przez PTC lub przez inne podmioty na zlecenie PTC. Poradnik będzie dostępny na stronie internetowej www.t-mobile.pl, w zakładce "Strefa klienta", na portalu "T-Mobile Trendy" pod adresem www.t-mobile-trendy.pl. Na życzenie Klienta poradnik będzie również bezpłatnie przesyłany w formie papierowej.

Dodatkowo uprzejmie informujemy, że powyższa informacja zawierać będzie porady dotyczące następujących tematów:

- *Jak sprawdzić koszt związany z wysłaniem wiadomości SMS na wybrany numer Premium?*
- *Sposób działania oraz zasady korzystania z subskrypcji i prenumerat;*
- *Na co zwracać uwagę biorąc udział w konkursach/loteriach SMS?*
- *W jaki sposób zgłosić wątpliwości związane z serwisami Premium?*

PTC wyjaśniła, że uprawnione osoby otrzymają zgodnie z treścią zobowiązań zawartych w pkt 9, 10 i 12 pisma z dnia 12 grudnia 2011 r. noty informacyjne, co zdaniem PTC wypełnia w całości przedstawione zobowiązania.

9. Zobowiązanie do wypłacenia rekompensaty, polegające na zwrocie kwot wydanych na wysłane w ramach konkursu „100 Mercedesów od Ery”, zwanego dalej „Konkuresem”, wiadomości SMS konsumentom będących aktywnymi abonentami sieci PTC (w tym zarejestrowani oraz niezarejestrowani klienci prepaid), w stosunku do których PTC nie dysponowała wyraźną zgodą na wysyłanie informacji handlowych (o której mowa w art. 10 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną), a do których zostały wysłane wiadomości SMS zachęcające do udziału we wskazanym konkursie, jeśli jednocześnie zgłosili oni reklamację (bezpośrednio do PTC, czy do organizatora Konkursu, firmy Upstream) i wysłali w Konkursie wiadomości SMS o łącznej wartości nie wyższej niż 3.000 zł. netto. PTC zobowiązuje się do dokonania wskazanej rekompensaty w terminie 4 miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK. O dokonaniu przez PTC zwrotu kwot wydanych w Konkursie i o powodach takiej korekty konsument, będący abonentem postpaid, zostanie powiadomiony notą informacyjną dołączoną do faktury lub jeśli korzysta z usług przedpłaconych (prepaid) otrzyma odrębne pismo w tej sprawie. W zależności od decyzji konsumenta zwrot kwot wydanych w niniejszym konkursie polegać będzie albo na obniżeniu o kwotę równą kwocie rekompensaty wysokości faktury uczestnika za następny miesiąc po poinformowaniu PTC, jaką formę zwrotu konsument preferuje (albo miesiące, jeśli zwracana kwota jest wyższa niż wysokość faktury) albo na przelewie kwoty odpowiadającej kwocie wydanej na wysłane w ramach konkursu wiadomości SMS na

wskazany przez abonenta rachunek bankowy. Abonenci będą poinformowani w danej nocy o konieczności wyboru jednej z dwóch powyższych form zwrotu w terminie 60 dni od daty sporządzenia noty. W przypadku abonentów prepaid rekompensata zostanie dokonana, jako podwyższenie salda konta numeru prepaid lub jako zwrot pieniędzy. Zwroty na analogicznych zasadach będą dokonywane również osobom, które nie są już abonentami PTC.

10. Zobowiązanie do rekompensaty, polegającej na zapłacie sumy pieniężnej w wysokości 500 zł każdemu konsumentowi, będącemu aktywnym abonentem PTC, który złożył reklamację z tytułu udziału w Konkursie (bezpośrednio do PTC, czy do organizatora Konkursu, firmy Upstream), w stosunku do którego PTC nie dysponowała wyraźną zgodą na wysyłanie informacji handlowych (o której mowa w art. 10 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną), a do którego zostały wysłane wiadomości SMS zachęcające do udziału we wskazanym konkursie. Zwroty na analogicznych zasadach będą dokonywane również osobom, które nie są już abonentami PTC. Uprawnione osoby otrzymają od PTC notę informacyjną w przedmiotowym zakresie. W ramach uzasadnienia PTC wyjaśnia, iż abonent otrzyma albo notę informacyjną o przyznaniu rekompensaty w wysokości 500 zł oraz darmowych minut albo notę informacyjną o przyznaniu łącznie rekompensaty w wysokości 500 zł, rekompensaty w postaci zwrotu kosztów udziału w konkursie oraz przyznaniu darmowych minut (czyli zgodnie z treścią zobowiązania nr 9, jeżeli będzie to abonent, którego koszty udziału w loterii nie przekroczyły kwoty 3.000 zł netto).

11. Zobowiązanie do przekazania kwoty 311 000 zł. Fundacji Kidprotect.pl z siedzibą na ul. Dzielnej 21/83 w Warszawie (nr wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego: 0000220899) celem organizacji i przeprowadzenia zajęć dla uczniów szkół podstawowych z klas 4-6, rodziców i nauczycieli w zakresie bezpiecznego korzystania z telefonów i Internetu.

12. Zobowiązanie do przyznania rekompensaty wszystkim konsumentom, którzy złożyli reklamacje w konkursie „100 Mercedesów od Ery” (bez względu na wynik jej rozpatrzenia i bez względu na to, czy złożyli reklamację bezpośrednio do PTC, czy do organizatora Konkursu, firmy Upstream) w postaci dodatkowych pakietów minut, tj. po 100 minut miesięcznie przez 6 miesięcy do wykorzystania w sieciach PTC. PTC zobowiązuje się do dokonania wskazanej rekompensaty w terminie 30 dni od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK. Konsumentom otrzymają stosowną notę informacyjną w tym zakresie.

13. Zobowiązanie do niestosowania w regulaminach przyszłych konkursów/loterii klauzul, których zgodność z prawem Prezes UOKiK zakwestionował w trakcie dokonywania analiz stanu faktycznego, o których mowa w Zawiadomieniu Prezesa UOKiK z dnia 30 lipca 2009 roku o sygn. DDK – 405 – 37/09/JZ.

W odniesieniu do zobowiązań przedstawionych w punktach 9 – 11 powyżej Spółka, w piśmie z dnia 12 grudnia 2011 r., wyjaśniła dodatkowo, co następuje.

Rekompensata w postaci pieniężnej ma na celu zadośćuczynienie wszystkim konsumentom, stosunku do których PTC nie dysponowała wyraźną zgodą na wysyłanie informacji handlowych, a którzy otrzymali marketingowe wiadomości SMS zachęcające do udziału w Konkursie, a po przystąpieniu do Konkursu wydali na wysyłanie konkursowych

wiadomości SMS nie więcej niż 3000 zł. Uzasadnieniem dla takiego rozwiązania jest okoliczność, iż konsumenci, wobec których PTC nie dysponowała wyraźną zgodą na otrzymywanie informacji handlowych mogliby nie zdecydować się na udział w Konkursie, gdyby nie wiadomości SMS i MMS otrzymywane od operatora, informujące o trwającym Konkursie. PTC przyjęła kwotę 3000 zł jako kwotę graniczną po przeanalizowaniu statystyk dotyczących wydatków na Konkurs osób z tzw. szarej listy, które złożyły reklamację. Na potrzeby zobowiązania zadośćuczynienia wskazanej grupie oraz przez chęć objęcia tymże zobowiązaniem jak największej grupy klientów, PTC postanowiła przyjąć niniejszy pułap kwotowy. W ocenie PTC bezzasadne jest przyznawanie rekompensat finansowych tzw. intensywnym użytkownikom (z ang. *heavy users* – określenie odnoszące się do stałych konsumentów określonych produktów), a więc osobom grającym w konkursach lub loteriach intensywnie, czyli takim, które wysyłają w trakcie trwania konkursu lub loterii duże ilości wiadomości SMS na numer usługi o podwyższonej opłacie, które biorą udział w konkursach i loteriach w pełni świadomie, godząc się na wydatki związane z uczestnictwem. Cześć takich osoby posługuje się, wbrew regulaminowi gry, specjalistycznym oprogramowaniem komputerowym zwiększającym szansę wygrania w konkursie. Przykładowo, osoba która miała najwyższy rachunek za udział w Konkursie, która była na szarej liście i złożyła reklamację, wysłała w Konkursie 18 352 wiadomości SMS za łączną kwotę 73 408 zł. Przyznanie tzw. intensywnym użytkownikom uprawnienia do odzyskania wydanych w Konkursie pieniędzy byłoby – w ocenie Spółki – nieuzasadnione.

PTC przedstawiła następujące, szacunkowe dane liczbowe dotyczące abonentów ewentualnie uprawnionych do otrzymania rekompensat. Reklamację złożyło 647 osób, które otrzymały wiadomości SMS dotyczące Konkursu, pomimo bycia zaszeregowanymi do tzw. szarej listy (tj. listy osób, które nie wyraziły wyraźnej zgody na otrzymywanie informacji handlowych środkami komunikacji elektronicznej, a jednocześnie nie zgłosiły wyraźnego sprzeciwu na otrzymywanie takich informacji), a następnie wzięły udział w Konkursie. Osoby te łącznie wydały w Konkursie kwotę 402 900 zł. Z łącznej liczby 647 osób, które spełniając powyższe kryteria, złożyły reklamację, 566 numerów jest aktywnych, 71 numerów jest nieaktywnych, 7 numerów jest zawieszonych (co do 3 numerów brak danych). Ponownie, z ogólnej liczby 647 osób, które złożyły reklamację, trzy osoby wydały w Konkursie powyżej 10 000 zł, kwotę w przedziale 10 000 – 5 000 zł wydały również trzy osoby, 14 osób wydało kwoty w przedziale 5 000 – 3 000 zł. Osób, które wydały na konkursowe wiadomości SMS nie więcej niż 3 000 zł, jest 623, z czego 551 osób jest aktywnymi abonentami PTC - osobom tym PTC zwróci łącznie kwotę 167 520 zł. PTC ustaliła ponadto, że spośród 647 klientów z tzw. szarej listy, do których kierowana była komunikacja w Konkursie i którzy wzięli w nim udział, a następnie złożyli reklamację, dokładnie 78 klientów podjęło decyzję o rezygnacji z usług PTC lub PTC rozwiązała umowę z tymi klientami w następstwie nieprzestrzegania zawartego w umowie obowiązku ponoszenia opłat wykazanych w wystawianych przez PTC fakturach za usługi telekomunikacyjne. W wyniku dokonanej weryfikacji PTC ustaliła, iż z pośród owych 78 osób 23 osoby kwalifikują się do otrzymania rekompensaty – zwrotu kosztów poniesionych na wysyłanie konkursowych wiadomości SMS - na łączną kwotę 17 336 zł. Podsumowując, PTC zobowiązała się do dokonania zwrotu na rzecz uprawnionych konsumentów kosztów udziału w Konkursie, opiewających na łączną kwotę 184 856 zł.

Dodatkowo, PTC zobowiązała się do wypłacenia rekompensaty w postaci pieniężnej o wartości 500 zł w celu zadośćuczynienia wszystkim konsumentom, w stosunku do których

PTC nie dysponowała wyraźną zgodą na wysyłanie informacji handlowych, a którzy otrzymali SMS w ramach Konkursu i złożyli reklamację do PTC. Przedmiotowy przypadek dotyczy łącznie 566 osób, które nadal są Klientami PTC, oraz 26 osób w statusie nieaktywnym (klienci, którzy podjęli decyzję o rezygnacji z usług PTC lub PTC rozwiązała umowę z tymi klientami w następstwie nieprzebrzegania zawartego w Umowie obowiązku ponoszenia opłat wykazanych na wystawianych przez PTC fakturach za usługi telekomunikacyjne). PTC przyjęła kwotę 500 zł zadośćuczynienia jako słuszną w przypadku otrzymania przez danego klienta niezamówionej informacji handlowej poprzez wiadomość SMS bazując merytorycznie na orzecznictwie, gdzie stroną pozwaną była PTC (wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie z dnia 7 października 2009 r. o sygn. akt IV C 17/08). Na uwagę zasługuje fakt, iż w tej sprawie Sąd uznał, iż kwota 500 zł stanowiąca zadośćuczynienie na rzecz powoda jest adekwatna w sytuacji, w której powód otrzymał od PTC łącznie kilkanaście niezamówionych wiadomości SMS.

Ponadto, Spółka zobowiązała się do przekazania na cele edukacyjne kwoty 311 000 zł przeznaczonej na realizację przez organizację pozarządową serii szkoleń dla rodziców i dzieci szkół podstawowych, których celem byłoby przekazanie informacji m.in. na temat kosztów i ryzyka związanego z korzystaniem z usług opartych o numerację o podwyższonej opłacie (Premium Rate).

Prezes Urzędu ustalił, co następuje.

Konkurs „100 Mercedesów od Ery” został przeprowadzony w okresie od 30 marca 2009 r. do 3 lipca 2009 r. Udział w Konkursie polegał na odpowiadaniu przez uczestników na pytania przesyłane im w formie wiadomości SMS, po uprzednim zarejestrowaniu się w grze. Udzielenie poprawnej odpowiedzi wiązało się ze zdobywaniem przez grających punktów. Jak wskazano w pkt. 7 Regulaminu konkursu „100 Mercedesów od Ery”, dalej „Regulamin”, usługa była interaktywnym konkursem, opartym wyłącznie na wiedzy uczestników. Koszt każdej wiadomości SMS wysłanej na numer 7404 wynosił 4,88 zł. Zgodnie z postanowieniami pkt 6 oraz pkt 15 Regulaminu poprzez wysłanie SMS rejestracyjnego uczestnik Konkursu akceptował treść Regulaminu oraz przyjmował na siebie zobowiązanie przestrzegania jego postanowień. Po wysłaniu SMS rejestracyjnego, uczestnik był automatycznie rejestrowany w Konkursie i był traktowany jako uczestnik przez cały czas trwania Konkursu. Dodatkowo (pkt 16 Regulaminu) wysłanie SMS rejestracyjnego było traktowane jako wyrażenie zgody przez konsumenta na otrzymywanie na swój telefon komórkowy pytań i innych promocyjnych SMS dotyczących Konkursu. Uczestnicy w każdej chwili mogli zrezygnować z otrzymywania dalszych pytań i pozostałych materiałów promocyjnych poprzez złożenie odpowiedniego zlecenia w Biurze Obsługi Klienta sieci Era.

Prezes Urzędu ustalił, iż w czasie trwania Konkursu wiadomości SMS i MMS zachęcające do wzięcia udziału w Konkursie (SMS-y i MMS-y reklamowe) były wysyłane przez Spółkę do konsumentów (abonentów PTC) w okresie od 30 marca 2009 r. do 30 czerwca 2009 r. (wiadomości SMS) oraz w okresie od 26 maja 2009 r. do 3 lipca 2009 r. (wiadomości MMS). Przedmiotowe wiadomości SMS i MMS miały zróżnicowaną treść.

Przykłady wiadomości SMS i MMS zachęcających konsumentów do wzięcia udziału w Konkursie:

Wiadomości SMS:

- Dochowasz tajemnicy? Jesteś potencjalnym zwycięzcą Mercedesa od Ery! Informacja: potwierdź to wysyłając LIMUZYNA na 7404 TERAZ! (4,88zł/sms) www.100mercedes.pl;
- Ścisłe tajne! Wyślij LUKSUS na 7404 jak NAJSZYBCIEJ, by doświadczać pełni luksusu swojego Mercedesa od Ery!!! (4,88 zł/sms) www.100mercedes.pl;
- Masz nieodebrane połączenie od swego Mercedesa! Skontaktuj się z nim TERAZ wysyłając pustego sms-a na 7404! Graj z ERA! (każdy sms to 4,88zł) www.100mercedes.pl;
- Tak Tak: Tej niedzieli możesz jechać SWOIM nowym MERCEDESEM KLASY C! 100 aut VIP-ów tylko od ERY! Wygraj swego: wyślij GRAM na 7404! (4,88zł) www.100mercedes.pl;
- Tak Tak: Mercedes Klasy C może być Twój już w niedzielę! Jest 100 Mercedesów do wygrania! Zgłoś się po swojego wysyłając GRAM na 7404! (4,88zł) www.100Mercedes.pl.

Wiadomości MMS:

- Wygraj od Ery nowiutkiego Mercedesa klasy C! To proste! Nie czekaj, wyślij TAK na 7404 (każdy SMS to 4,88zł). www.100mercedes.pl;

PTC dysponowała uprzednią wyraźną zgodą na przesyłanie informacji handlowych do 3 695 622 abonentów. PTC pozyskiwała zgodę na przesyłanie informacji handlowych w następujący sposób:

- podczas zawierania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych,
- podczas podpisywania aneksu do umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych,
- poprzez wiadomość SMS kierowaną do abonentów, zachęcającą do wyrażenia zgody oraz wysłanie wiadomości SMS na wskazany numer,
- podczas rozmów z abonentami w Call Centre,
- zgoda na otrzymywanie informacji handlowej zbierana jest również w serwisie Internetowego Biura Obsługi Abonenta (IBOA),
- poprzez bramkę sponsorowaną.

Wiadomości MMS zachęcające do wzięcia udziału w Konkursie przesyłane były wyłącznie na numery abonentów, co do których PTC dysponowała uprzednią wyraźną zgodą na otrzymywanie informacji handlowych.

W odniesieniu do 6 863 294 abonentów, którzy otrzymywali od PTC wiadomości SMS zachęcające do wzięcia udziału w Konkursie, PTC domniemywała tę zgodę na podstawie art. 60 Kodeksu cywilnego.

W pierwszej turze wiadomości SMS wysłane zostały do 10 558 916 numerów abonenckich, w tym do 6 455 364 konsumentów w oparciu o art. 60 k.c. W każdej kolejnej

turze liczba wiadomości SMS wysyłanych do konsumentów pomniejszana była o konsumentów, którzy przystąpili do Konkursu poprzez wysłanie wiadomości SMS dotyczącej rejestracji w Konkursie na numer 7404. W rezultacie, jeśli konsument nie przystąpił do Konkursu przez cały czas jego trwania, otrzymał 9 wiadomości SMS zachęcających do wzięcia udziału w Konkursie.

Spółka ogółem wysłała 77 945 888 wiadomości SMS oraz MMS, w tym 52 478 960 wiadomości SMS kierowane do konsumentów, co do których PTC domniemywała zgodę na przesyłanie informacji handlowej.

Prezes Urzędu zważył, co następuje.

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publiczny. Stwierdzenie zagrożenia interesu publicznego pozwala na realizację celu ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1 uokik, którym jest m.in. ochrona interesów konsumentów. W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy mogli być narażeni na negatywne skutki praktyk stosowanych przez Spółkę. Interes publiczny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

I. Ocena działań Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A. w aspekcie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie 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. Konsumentem w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22¹ k.c. w zw. z art. 4 pkt 12 uokik). 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, iż spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

- A) kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy;
- B) działanie to jest bezprawne;
- C) działanie to godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Na podstawie 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 innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania

- że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 uokik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań. Zgodnie z powyższą regulacją Prezes Urzędu może wydać decyzję zobowiązującą, jeżeli spełnione są łącznie dwie przesłanki: i) w trakcie postępowania administracyjnego uprawdopodobniono, że przedsiębiorca stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz ii) przedsiębiorca zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom. Uprawdopodobnienie w omawianym przypadku oznacza, że Prezes Urzędu odstępuje od udowodnienia określonych faktów na rzecz uprawdopodobnienia - "na podstawie okoliczności sprawy", "informacji zawartych w zawiadomieniu" "lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania"¹. Zgodnie z poglądami doktryny², uprawdopodobnieniem stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów może być sam fakt zobowiązania się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia naruszeniom.

Ad A)

Polska Telefonia Cyfrowa S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o.) jest spółką prawa handlowego wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000391193, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług telekomunikacyjnych. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status 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 i jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ad B)

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Pojęcie porządek prawny obejmuje nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów. Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy.

a) zarzut naruszenia art. 10 ust. 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną

Zgodnie z art. 10 ust. 1 usude, zakazane jest przesyłanie niezamówionej informacji handlowej skierowanej do oznaczonego odbiorcy za pomocą środków komunikacji elektronicznej, w szczególności poczty elektronicznej. Informację handlową uważa się za zamówioną, jeżeli odbiorca wyraził zgodę na otrzymywanie takiej informacji, w szczególności udostępnił w tym celu identyfikujący go adres elektroniczny (art. 10 ust. 2 usude). Za informację handlową uważa się każdą informację przeznaczoną bezpośrednio lub

¹ K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, LEX, 2008.

² C. Banasiński, E. Piontek, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*. Warszawa 2009 r.

pośrednio do promowania towarów, usług lub wizerunku przedsiębiorcy lub osoby wykonującej zawód, której prawo do wykonywania zawodu jest uzależnione od spełnienia wymagań określonych w odrębnych ustawach, z wyłączeniem informacji umożliwiającej porozumiewanie się za pomocą środków komunikacji elektronicznej z określoną osobą oraz informacji o towarach i usługach niesłużącej osiągnięciu efektu handlowego pożądanego przez podmiot, który zleca jej rozpowszechnianie, w szczególności bez wynagrodzenia lub innych korzyści od producentów, sprzedawców i świadczących usługi (art. 2 pkt 2 usude).

Pojęcie środków komunikacji elektronicznej, z pomocą którym ma być wysyłana informacja handlowa, precyzuje art. 2 pkt 5 usude stanowiąc, iż są to rozwiązania techniczne, w tym urządzenia teleinformatyczne i współpracujące z nimi narzędzia programowe, umożliwiające indywidualne porozumiewanie się na odległość przy wykorzystaniu transmisji danych między systemami teleinformatycznymi, a w szczególności pocztę elektroniczną. Indywidualne porozumiewanie się na odległość wymaga co najmniej, aby strony dysponowały swoimi adresami elektronicznymi, przez które należy rozumieć oznaczenie systemu teleinformatycznego umożliwiające porozumiewanie się za pomocą środków komunikacji elektronicznej, w szczególności poczty elektronicznej (art. 2 pkt 1 usude). Środkami komunikacji, wykorzystującymi adresy elektroniczne (art. 2 pkt 1 usude), umożliwiającymi indywidualne porozumiewanie się na odległość przy wykorzystaniu transmisji danych między systemami teleinformatycznymi (art. 2 pkt 5 usude) są bez wątpienia m.in. poczta elektroniczna (adres e-mail), komunikacja indywidualna z wykorzystaniem strony internetowej, gdzie odbiorca komunikatów może być identyfikowany adresem IP, czy też komunikacja za pomocą krótkich wiadomości tekstowych (z ang. SMS, *Short Message Service*)³, dla których adresem elektronicznym będzie numer MSISDN identyfikujący użytkownika danego urządzenia. Zatem, przesłanie na indywidualny numer MSISDN użytkownika telefonu komórkowego wiadomości SMS, zawierającej informację przeznaczoną bezpośrednio lub pośrednio do promowania towarów, usług lub wizerunku przedsiębiorcy lub osoby wykonującej zawód, stanowi przesłanie informacji handlowej środkami komunikacji elektronicznej i jako takie podlega regulacjom ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, a w szczególności zakazowi przesyłania niezamówionej informacji handlowej skierowanej do oznaczonego odbiorcy za pomocą środków komunikacji elektronicznej (art. 10 ust. 1 usude). W art. 10 ust. 2 usude ustawodawca doprecyzował, iż informację handlową uważa się za zamówioną, jeżeli odbiorca wyraził zgodę na otrzymywanie takiej informacji, w szczególności udostępnił w tym celu identyfikujący go adres elektroniczny, a zatem wysłanie informacji bez uzyskania uprzedniej zgody stanowi naruszenie zakazu przesyłania informacji handlowej. Co więcej, art. 4 ust. 1 pkt 1 usude zastrzega, iż zgoda, w tym również zgoda na przesyłanie informacji handlowej, nie może być domniemana lub dorozumiana z oświadczenia woli o innej treści. Ustawodawca przyjmując tzw. model *opt-in*, wymaga, aby zgoda była wyrażona w sposób wyraźny i jednoznaczny, zastrzegając, iż brak sprzeciwu odbiorcy informacji handlowej nie może być utożsamiany z wyrażeniem zgody. Zatem działania przedsiębiorcy, polegające na wysyłaniu na numery MSISDN krótkich wiadomości tekstowych (SMS), zawierających informację handlową, bez wcześniejszego uzyskania jednoznacznej i wyraźnej zgody odbiorców tej

³ Tak też Gołaczyński Jacek, Kowalik-Bańczyk Krystyna, Majchrowska Agata, Świerczyński Marek, *Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Komentarz*, Oficyna 2009

informacji, stanowi naruszenie art. 10 ust. 1 usude zakazującego przesyłanie niezamówionej informacji handlowej skierowanej do oznaczonego odbiorcy za pomocą środków komunikacji elektronicznej. Działanie takie zostało przez ustawodawcę zakazane, w celu ochrony prywatności użytkowników adresów elektronicznych przed zjawiskiem powszechnie określanym mianem przesyłania *spamu*.

W przedmiotowej sprawie nie znajdzie zastosowania art. 3 pkt 3 usude, który stanowi, iż przepisów tej ustawy nie stosuje się do świadczenia przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego usług telekomunikacyjnych, z zastrzeżeniem art. 12-15 usude. Przedmiotowe wyłączenie dotyczy sytuacji, w której usługa telekomunikacyjna świadczona przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego nie stanowi jednocześnie usługi świadczonej drogą elektroniczną, co ma miejsce w przypadku działalności przedsiębiorcy telekomunikacyjnego, polegającej np. na zestawianiu połączeń głosowych pomiędzy abonentami usług telekomunikacyjnych, czy przekazywaniu wysyłanych pomiędzy abonentami krótkich wiadomości tekstowych. W takich przypadkach przedsiębiorca telekomunikacyjny nie jest inicjatorem przekazu danych, nie wybiera odbiorcy przekazu danych ani nie wybiera oraz nie modyfikuje informacji zawartych w przekazie, a jego funkcja ogranicza się do przekazywania danych wysyłanych i odbieranych za pośrednictwem sieci telekomunikacyjnej przez inne podmioty (a tym samym dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych nie świadczy żadnej innej usługi poza przekazywaniem sygnałów w sieci telekomunikacyjnej). Natomiast przepisy ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną znajdują zastosowanie, gdy wraz z usługą telekomunikacyjną (usługą przekazywania sygnałów) przedsiębiorca telekomunikacyjny świadczy usługi drogą elektroniczną lub przesyła informacje handlowe środkami komunikacji elektronicznej, inicjując przekaz danych albo wybierając odbiorców przekazu danych, czy wreszcie wybierając lub modyfikując informacje zawarte w przekazie⁴.

W trakcie postępowania administracyjnego zostało uprawdopodobnione, że informacje znajdujące się w wiadomościach SMS wysyłanych przez PTC do konsumentów stanowiły informację handlową przeznaczoną bezpośrednio lub pośrednio do promowania usług lub wizerunku PTC. Reklamowe wiadomości SMS służyły osiągnięciu efektu handlowego w postaci skłonienia jak największej liczby odbiorców do wzięcia udziału w Konkursie. Posługiwano się przy tym nazwami sieci komórkowej Spółki, tj. Era, Tak Tak oraz Heyah. Użycie marketingowych sformułowań w połączeniu z nazwami dobrze znanych marek wywoływało wśród konsumentów pozytywne skojarzenia i budziło nadzieję na zdobycie wartościowej nagrody. Część konsumentów związanych z PTC umowami o świadczenie usług telekomunikacyjnych mogła czuć się wyróżnieni możliwością wzięcia udziału w oferowanym specjalnie dla klientów Spółki konkursie. W ten sposób Spółka umacniała swój wizerunek i wzmacniała pozycję na rynku. Z drugiej strony wykorzystanie znaków towarowych PTC z pewnością miało wpływ na popularność Konkursu, a tym samym przyczyniło się do osiągnięcia zakładanego efektu ekonomicznego usługi.

Ponadto, przesyłanie wiadomości SMS mieści się w pojęciu środków komunikacji elektronicznej w rozumieniu art. 2 pkt 5 usude. W świetle ww. przepisu środkiem komunikacji elektronicznej są rozwiązania techniczne, w tym urządzenia teleinformatyczne i współpracujące z nimi narzędzia programowe, umożliwiające indywidualne porozumiewanie się na odległość przy wykorzystaniu transmisji danych między systemami

⁴ *Opti cit.*

teleinformatycznymi, a w szczególności pocztą elektroniczną. W uzasadnieniu projektu ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną wyraźnie podkreślono, iż w celu ochrony interesów odbiorców usług, a przede wszystkim konsumentów, projekt ustawy wprowadza model ochrony, który uzależnia dozwoleń przesyłania pocztą elektroniczną lub podobnym środkiem komunikacji elektronicznej (np. SMS - usługa krótkich wiadomości tekstowych w telefonii komórkowej) informacji handlowych od uzyskania uprzedniej zgody ze strony adresatów takich komunikatów.

Jednocześnie w trakcie trwania Konkursu Spółka przesyłała wiadomości SMS zachęcające do udziału w Konkursie do grupy konsumentów, w stosunku do których wyłącznie domniemywała zgodę na przesyłanie informacji handlowej na podstawie art. 60 k.c., a zatem z naruszeniem art. 10 ust. 1 i 2 w zw. z art. 4 ust. 1 pkt. 1 usude. W czasie trwania Konkursu PTC wysłała ogółem 52 478 960 wiadomości SMS do 6 863 294 konsumentów, którzy nie udzielił zgody na otrzymywanie informacji handlowych w sposób wyraźny.

W trakcie postępowania administracyjnego ustalono, że konsumenci do których Spółka przesyłała informacje odnośnie Konkursu stanowili grupę oznaczonych odbiorców poprzez przypisane im numery telefonów, a Spółka była autorem przesyłanych do konsumentów informacji.

Ponadto, w niniejszej sprawie nie znajduje zastosowania wyłączenie określone w art. 3 pkt 3 usude, które dotyczy świadczenia przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego usług telekomunikacyjnych, a nie przesyłania niezamówionej informacji handlowej za pomocą usługi telekomunikacyjnej (środka komunikacji elektronicznej). W przedmiotowej sprawie usługa telekomunikacyjna świadczona przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego stanowi jednocześnie usługę świadczoną drogą elektroniczną, a w konsekwencji przepisy ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną znajdują zastosowanie do przedsiębiorcy telekomunikacyjnego.

Mając na uwadze okoliczności sprawy należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt. I sentencji niniejszej decyzji praktyka Spółki stanowi działanie bezprawne w świetle art. 10 ust. 1 usude.

b) zarzut naruszenia art. 6 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny

Zgodnie z art. 6 ust. 3 uonpk, 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.

W trakcie postępowania administracyjnego uprawdopodobniono, że PTC posługiwała się środkami komunikacji elektronicznej, poprzez wysyłanie do konsumentów wiadomości SMS mających na celu złożenie propozycji zawarcia umowy (uczestnictwa w Konkursie) bez uprzedniej ich zgody.

Mając na uwadze okoliczności sprawy należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt. I sentencji niniejszej decyzji praktyka Spółki stanowi działanie bezprawne w świetle art. 6 ust. 3 uonpk.

c) zarzut naruszenia art. 9 pkt 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym

Zgodnie z art. 3 upnpr, stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane. Praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorcę jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu (art. 4 ust. 1 upnpr). Zgodnie z art. 4 ust. 2 upnpr, za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową.

Zgodnie z art. 9 pkt 3 upnpr nieuczciwą praktyką rynkową w każdych okolicznościach jest agresywna praktyka rynkowa polegająca na uciążliwym i niewywołanym działaniem albo zaniechaniem konsumenta nakłanianiu do nabycia produktów przez telefon, faks, pocztę elektroniczną lub inne środki porozumiewania się na odległość, z wyjątkiem przypadków egzekwowania zobowiązań umownych, w zakresie dozwolonym przez obowiązujące przepisy. Przytoczona powyżej agresywna praktyka rynkowa została umieszczona przez ustawodawcę na tzw. czarnej liście agresywnych praktyk rynkowych, a więc praktyk uznanych za nieuczciwe praktyki rynkowe w każdych okolicznościach (art. 9 upnpr). Oznacza to, iż w sytuacji, w której zachowanie przedsiębiorcy względem konsumenta wypełnia znamiona praktyki agresywnej, uznanej przez ustawodawcę za nieuczciwą praktykę rynkową w każdych okolicznościach (w tym przypadku art. 9 pkt 3 upnpr), dla uznania tego zachowania za naruszenie zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, nie jest konieczne wykazywanie, iż zachowanie to wypełnia również przesłanki ogólne, wynikające z art. 4 upnpr. Jak wskazuje się w nauce prawa⁵, zachowania przedsiębiorcy, wypełniające znamiona praktyki rynkowej nieuczciwej w każdych okolicznościach, nie podlega ogólnej ocenie uczciwości wynikającej z przepisu art. 4 upnpr.

Z uwagi na brak wyrażenia zgody na otrzymywanie informacji handlowych przez znaczną grupę konsumentów oraz na intensywność i częstotliwość przesyłanych wiadomości SMS, w toku postępowania administracyjnego zostało uprawdopodobnione, że PTC mogła w sposób uciążliwy i niewywołany działaniem albo zaniechaniem konsumentów nakłaniać ich - przez informacje znajdujące się w wysyłanych reklamowych wiadomościach SMS - do uczestnictwa w Konkursie.

Mając na uwadze okoliczności sprawy należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt. I sentencji niniejszej decyzji praktyka Spółki stanowi działanie bezprawne w świetle art. 9 pkt 3 upnpr.

Ad C)

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać

⁵ Sieradzka Małgorzata, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Komentarz*, Oficyna 2008 r.

zarówno na ich naruszeniu, jak i zagrożeniu im. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. W wyroku z dnia 12 września 2003 r. (sygn. akt I CKN 504/01) Sąd Najwyższy 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 liczby potencjalnych konsumentów.*

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 naruszenia zbiorowych interesów 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 (zindywidualizowanych), ale za to dostatecznie licznych 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 (M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, *Monitor Prawniczy* 2004/17/791). Należy zatem przyjąć, że zbiorowy interes konsumentów nie musi odnosić się do nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować, gdyż brak indywidualizacji 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 uprawdopodobniono, na podstawie okoliczności sprawy, iż mogło dojść do naruszenia interesów potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów biorąc pod uwagę działania Spółki odnoszące się do pewnej, potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów - potencjalnie wszystkich użytkowników telefonów komórkowych, którzy byli klientami PTC lub mogli nimi zostać w czasie trwania Konkursu.

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 naruszaniem 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 czego urzeczywistnieniem jest w ujęciu generalnym prawo konsumentów do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

W niniejszej sprawie zostało uprawdopodobnione, że praktyka Spółki polegająca na wysyłaniu do konsumentów wiadomości SMS zachęcających do wzięcia udziału w konkursie „100 Mercedesów od Ery”, w sytuacji braku wyrażenia przez odbiorców ww. wiadomości SMS uprzedniej zgody na otrzymywanie informacji handlowych godzi w zbiorowe interesy konsumentów. Należy podkreślić, że przewidziane w ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną, ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny oraz ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym obowiązki przedsiębiorców dotyczące przesyłania informacji handlowych mają na celu ochronę interesów konsumentów, które to ustawodawca uznał za zasługujące na ochronę prawną. Wysyłanie niezamówionej informacji handlowej godzi w dobro jakim jest sfera prywatności, której zakres ochrony wyznaczają przepisy prawa. Zatem wysyłanie konsumentom niezamówionych informacji handlowych jest działaniem bezpośrednio godzącym w prywatność konsumentów otrzymujących niechciane komunikaty. Biorąc powyższe pod uwagę należy uznać, iż w przedmiotowej sprawie uprawdopodobniono stosowanie przez Spółkę działań godzących w zbiorowe interesy konsumentów.

II. Rozstrzygnięcie w pkt. I sentencji decyzji. Nałożenie obowiązku wykonania zobowiązań. Określenie terminu wykonania zobowiązań.

Na podstawie art. 28 ust. 1 uokik, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione, że przedsiębiorca stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, a przedsiębiorca zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań. Ponadto, na podstawie art. 28 ust. 2 uokik Prezes Urzędu, wydając decyzję nakładającą obowiązek wykonania zobowiązań przyjętych przez przedsiębiorcę, może określić termin wykonania zobowiązań.

Jak zostało wykazane w niniejszej decyzji, w toku postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów uprawdopodobniono, że Spółka dopuściła się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W toku prowadzonego postępowania administracyjnego PTC zobowiązała się do dokonania zmian w działalności Spółki zmierzających do zapobieżenia naruszeniom zbiorowych interesów konsumentów, składając jednocześnie wniosek o wydanie przez Prezesa Urzędu decyzji kończącej przedmiotowe postępowanie administracyjne na podstawie art. 28 uokik. W ocenie Prezesa Urzędu podjęte przez Spółkę zobowiązania skutecznie zapobiegą wystąpieniu tożsamy naruszeń zbiorowych interesów konsumentów w przyszłości. W szczególności, Spółka zobowiązała się do niewysyłania - w ramach organizowanych przez Spółkę lub podmioty działające na jej zlecenie, po dacie uprawomocnienia się niniejszej decyzji, konkursów i loterii - wiadomości za pomocą środków komunikacji elektronicznej informujących o konkursie lub loterii lub zachęcających do wzięcia udziału w konkursie lub loterii, do abonentów sieci PTC, którzy nie wyrazili w sposób jednoznaczny zgody na otrzymywanie informacji handlowych. Ponadto, Spółka przyjęła zobowiązanie do wdrożenia szeregu mechanizmów, które umożliwią konsumentom podejmowanie świadomej decyzji o udziale w konkursie lub loterii, jak również

mechanizmów ułatwiających kontrolowanie kosztów związanych z uczestnictwem w konkursie lub loterii, do których należy zaliczyć:

- wprowadzenie możliwości ustanowienia przez abonenta PTC dziennego limitu (progu kwotowego) w wysokości 31 złotych w odniesieniu do usług o podwyższonej opłacie, z których konsument korzysta w ramach udziału w konkursach i loteriach organizowanych przez Spółkę lub na jej zlecenie (pkt I.5 sentencji decyzji);
- podawanie w pierwszej wiadomości informującej o konkursie lub loterii wszelkich informacji niezbędnych przeciętnemu konsumentowi do podjęcia świadomej decyzji o udziale w konkursie lub loterii (pkt I.7 sentencji decyzji), wysyłanie potwierdzenia przystąpienia do konkursu lub loterii wraz z informacją o sposobie rezygnacji z usługi (pkt I.8 sentencji decyzji) oraz cykliczne podawanie podstawowych informacji na temat konkursu lub loterii wraz z pierwszą wiadomością otrzymywaną przez uczestnika konkursu lub loterii w danym dniu (pkt I.9 sentencji decyzji);

Spółka zobowiązała się również do podjęcia szeregu działań informacyjno - edukacyjnych, które pozwolą na rozpropagowanie wiedzy na temat zagrożeń związanych w funkcjonowaniem usług telekomunikacyjnych o podwyższonej opłacie, co umożliwi konsumentom skuteczniejszą ochronę swoich interesów. Do tej kategorii należą zobowiązania Spółki do:

- opublikowania w prasie o zasięgu ogólnopolskim komunikatu prasowego informującego o wydaniu przez Prezesa Urzędu niniejszej decyzji (pkt I.11 sentencji decyzji);
- przygotowania i opublikowania programu edukacyjnego w formie poradnika, informującego konsumentów m.in. o zagrożeniach związanych z korzystaniem z telekomunikacyjnych usług o podwyższonej opłacie (pkt I.10 sentencji decyzji);
- sfinansowania cyklu szkoleń prowadzonych przez organizację pozarządową dla uczniów szkół podstawowych z klas 4-6, rodziców i nauczycieli w zakresie bezpiecznego korzystania z telefonów i Internetu (pkt I.3 sentencji decyzji).

W tym miejscu należy zwrócić uwagę, iż w przypadku, gdy wypełnione zostaną przewidziane w art. 28 ust. 1 uokik przesłanki warunkujące wydanie decyzji nakładającej na przedsiębiorcę obowiązek wykonania przyjętych zobowiązań, Prezes Urzędu może, ale nie musi wydawać decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 uokik. Zatem wydanie w przedmiotowej sprawie decyzji na podstawie art. 28 ust. 1 uokik należy do sfery tzw. uznania administracyjnego, gdzie Prezes Urzędu, kierując się obowiązkami wynikającymi z ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, dokonuje oceny, czy w świetle powyższych kryteriów, wydanie przedmiotowej decyzji jest uzasadnione.

Zgodnie z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu działa w interesie publicznym (art. 1 ust. 1 uokik), na który składa się interes zbiorowości konsumentów. W zakresie postępowań w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów nadrzędnym i podstawowym wyznacznikiem działań Prezesa Urzędu jest ochrona zbiorowych interesów konsumentów.

Prezes Urzędu uznał, iż wydanie w przedmiotowej sprawie decyzji nakładającej na Spółkę obowiązek wykonania zobowiązań będzie skutecznym środkiem ochrony zbiorowych interesów konsumentów. Prezes Urzędu wziął pod uwagę, iż w toku postępowania

administracyjnego Spółka przyjęła na siebie zobowiązania, które w sposób bezpośredni zmierzają do naprawienia szkód majątkowych poniesionych przez konsumentów, wyrządzonych bezprawnym działaniem Spółki. W tym zakresie Spółka zobowiązała się do:

- wypłacenia rekompensaty, polegającej na zwrocie kwot wydanych na wysłane w ramach konkursu „100 Mercedesów od Ery” wiadomości SMS, konsumentom będącym aktywnymi abonentami sieci PTC w stosunku do których PTC nie dysponowała wyraźną zgodą na wysyłanie informacji handlowych, a do których zostały wysłane wiadomości SMS zachęcające do udziału we wskazanym konkursie, jeśli jednocześnie zgłosili oni reklamację i wysłali w konkursie „100 Mercedesów od Ery” wiadomości SMS o łącznej wartości nie wyższej niż 3000 złotych netto (pkt I.1 sentencji decyzji);
- wypłacenia zadośćuczynienia, polegającego na zapłacie sumy pieniężnej w wysokości 500 zł każdemu konsumentowi, będącemu aktywnym abonentem PTC, który złożył reklamację z tytułu udziału w konkursie „100 Mercedesów od Ery”, w stosunku do którego PTC nie dysponowała wyraźną zgodą na wysyłanie informacji handlowych, a do których zostały wysłane wiadomości SMS zachęcające do udziału we wskazanym konkursie (pkt I.2 sentencji decyzji);
- przyznania rekompensaty wszystkim konsumentom, którzy złożyli reklamacje w konkursie „100 Mercedesów od Ery” w postaci dodatkowych pakietów minut, tj. po 100 minut miesięcznie przez 6 miesięcy do wykorzystania w sieci PTC (pkt I.4 sentencji decyzji).

Zatem Spółka przyjęła na siebie zobowiązanie do naprawienia wyrządzonych konsumentom szkód, wynikających ze stosowania przez Spółkę działań mogących stanowić praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

Jednocześnie należy wskazać, że Prezes Urzędu zdecydował o nie nakładaniu na PTC zobowiązań, o których mowa w pkt 2 na str. 11 niniejszej decyzji oraz w pkt 3 na str. 11 niniejszej decyzji w zakresie wprowadzenia limitu miesięcznego w wysokości 200 zł, z uwagi na uchwalenie w dniu 16 września 2011 r. ustawy o zmianie ustawy Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 234, poz. 1390).

Ponadto, Prezes Urzędu zdecydował o nie nakładaniu na PTC zobowiązań, o których mowa w pkt 4 i 6 na str. 12 niniejszej decyzji, w zakresie w jakim zobowiązanie PTC dotyczy informowania konsumentów o stosowaniu w ramach konkursu lub loterii mechanizmów subskrypcyjnych i o cenie za otrzymywane w ramach subskrypcji przychodzące wiadomości SMS. Problematyka informowania konsumentów o stosowanych w ramach konkursów i loterii mechanizmach subskrypcji przychodzących wiadomości SMS, za otrzymywanie których opłatę ponosi konsument, jest przedmiotem prowadzonego przez Prezesa Urzędu odrębnego postępowania w sprawie stosowania przez PTC praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w związku z loterią audiotekstową „Czy stałeś się dzisiaj milionerem” (sygn. RWA-61-12/11).

Biorąc pod uwagę, iż wydanie decyzji zobowiązującej na podstawie art. 28 uokik, gwarantuje konsumentom szybkie naprawienie szkód wyrządzonych działaniami Spółki, mogącymi stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu uznał, iż wydanie w przedmiotowej sprawie decyzji na podstawie art. 28 uokik pozwoli na skuteczną ochronę zbiorowych interesów konsumentów. Tym samym wydanie w

przedmiotowej sprawie decyzji zobowiązującej na podstawie art. 28 uokik jest uzasadnione w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt. I sentencji decyzji.

III. Rozstrzygnięcie w pkt. II sentencji decyzji. Obowiązek składania w wyznaczonych terminach informacji o stopniu realizacji zobowiązań.

Zgodnie z art. 28 ust. 3 uokik Prezes Urzędu, wydając decyzję nakładającą obowiązek wykonania zobowiązań przyjętych przez przedsiębiorcę, nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań. W związku z tym Prezes Urzędu nałożył na PTC obowiązek składania, w terminach wskazanych w punktach II.1 – II.12 sentencji decyzji, informacji o stopniu realizacji zobowiązań poprzez przedstawienie pisemnych dowodów potwierdzających realizację zobowiązań Polskiej Telefonii Cyfrowej S.A.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt. II sentencji decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu.

Otrzymują:

1. Pan
Cezary Albrecht
Dyrektor Biura Spraw Regulacyjnych
pełnomocnik PTC S.A.
Polska Telefonia Cyfrowa S.A.
Al. Jerozolimskie 181
02-222 Warszawa
2. a/a