



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**
ADAM JASSER

DDK-61-13/13/DL/PD

Warszawa, dn. 30 grudnia 2014 r.

wersja niezawierająca tajemnicy przedsiębiorstwa [***]

DECYZJA nr DDK 8/2014

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r., Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów** działania Polkomtel spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, polegające na:

- 1) niedostarczaniu konsumentom zawierającym umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych w formie pisemnej wraz z umową odpowiedniego dla daty zawarcia tej umowy regulaminu promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji” od I do XX, co stanowi naruszenie art. 59 ust. 1 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 16 listopada 2012 r.;

- 2) niedoręczaniu konsumentom (abonentom będącym stroną umowy zawartej w formie pisemnej oraz abonentom niebędącym stroną umowy zawartej w formie pisemnej, którzy udostępnili swoje dane, o których mowa w art. 60a ust. 1a ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne) treści proponowanych zmian warunków umowy określonych w regulaminach promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji” od I do XX, co stanowi naruszenie art. 60a ust. 1 pkt 1 albo 2 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 16 listopada 2012 r.

II. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r., Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę**

naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Polkomtel spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, polegające na nieinformowaniu konsumentów w komunikatach dotyczących zakończenia promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji”, o możliwości i sposobie wyłączenia usługi dostarczania rachunku szczegółowego standardowego, przy jednoczesnym informowaniu o możliwości uniknięcia tej opłaty poprzez aktywowanie usługi e-rachunek, co stanowi naruszenie art. 6 ust. 1 i 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. nr 171, poz. 1206) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów **i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 9 listopada 2012 r.**

III. Na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 w zw. z art. 27 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada** na Polkomtel spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie **obowiązek publikacji niniejszej decyzji** w całości, na koszt Polkomtel sp. z o.o., na stronie internetowej tego przedsiębiorcy (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa www.plus.pl), w ciągu 30 (trzydziestu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, w ten sposób, że odnośnik do treści decyzji powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywania jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 1 (jednego) miesiąca od daty opublikowania na stronie internetowej.

IV. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada** na Polkomtel spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, płatną do budżetu państwa, **karę pieniężną** w wysokości 5 958 536 zł (słownie: pięć milionów dziewięćset pięćdziesiąt osiem tysięcy pięćset trzydzieści sześć złotych), z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w punktach I i II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

V. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 267) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obciąża się Polkomtel spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie kosztami przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 103,20 złotych (słownie: sto trzy złote i dwadzieścia groszy) w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także „Prezes Urzędu”) przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia czy Polkomtel spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dalej także „Spółka” lub „Polkomtel”) 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 przewidzianych w odrębnych ustawach (sygn. akt DDK-405-63/12/ŁW/DL). Ustalenia dokonane w toku postępowania oraz zgromadzony w sprawie materiał dowodowy uzasadniał wszczęcie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez Polkomtel.

W dniu 5 listopada 2013 r. Prezes Urzędu wszczął postępowanie w sprawie stosowania przez Polkomtel praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. niedostarczaniu konsumentom zawierającym umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych w formie pisemnej wraz z umową odpowiedniego dla daty zawarcia tej umowy regulaminu promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji” od I do XX, co mogło stanowić naruszenie art. 59 ust. 1 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (dalej „Pt”) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów;
2. nedoręczaniu konsumentom (abonentom będącym stroną umowy zawartej w formie pisemnej oraz abonentom niebędącym stroną umowy zawartej w formie pisemnej, którzy udostępnili swoje dane, o których mowa w art. 60a ust. 1a Pt) treści proponowanych zmian warunków umowy określonych w regulaminach promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji” od I do XX, co mogło stanowić naruszenie art. 60a ust. 1 pkt 1 albo 2 Pt oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów;
3. nieinformowaniu konsumentów w komunikatach dotyczących zakończenia promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji”, o możliwości i sposobie wyłączenia usługi dostarczania rachunku szczegółowego standardowego, przy jednoczesnym informowaniu o możliwości uniknięcia tej opłaty poprzez aktywowanie usługi e-rachunek, co mogło stanowić naruszenie art. 6 ust. 1 i 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (dalej „upnpr”) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Postanowieniem z dnia 5 listopada 2013 r. Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów w postępowaniu w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów następujące dokumenty zgromadzone w trakcie postępowania wyjaśniającego (sygn. akt DDK-405-63/12/ŁW/DL):

1. postanowienie i zawiadomienie Prezesa Urzędu o wszczęciu postępowania wyjaśniającego z dnia 30 listopada 2012 r.,
2. pisma Polkomtel z dnia: 7 grudnia 2012 r., 18 grudnia 2012 r., 22 stycznia 2013 r., 12 lutego 2013 r., 26 marca 2013 r., 26 czerwca 2013 r., 25 lipca 2013 r. - wraz z załącznikami,

3. pisma Prezesa Urzędu z dnia: 11 stycznia 2013 r., 1 lutego 2013 r., 7 marca 2013 r., 10 czerwca 2013 r., 10 lipca 2013 r.,
4. postanowienie Prezesa Urzędu o zamknięciu postępowania wyjaśniającego z dnia 20 sierpnia 2013 r.

W celu dokonania ustaleń stanu faktycznego sprawy, Prezes Urzędu wzywał Spółkę w toku prowadzonych postępowań do przekazania żądanych informacji i dokumentów, a także do przekazania stanowiska w sprawie w pismach z dnia: 30 listopada 2013 r., 11 stycznia 2013 r., 1 lutego 2013 r., 7 marca 2013 r., 10 czerwca 2013 r., 10 lipca 2013 r. (postępowanie wyjaśniające) oraz 5 listopada 2013 r., 28 lutego 2014 r., 28 marca 2014 r. (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów). W toku prowadzonych postępowań Polkomtel przekazała żądane informacje i dokumenty w pismach z dnia: 18 grudnia 2012 r., 22 stycznia 2013 r., 12 lutego 2013 r., 26 marca 2013 r., 26 czerwca 2013 r., 25 lipca 2013 r. (postępowanie wyjaśniające), oraz 5 grudnia 2013 r., 12 marca 2014 r., 4 kwietnia 2014 r., 28 kwietnia 2014 r., 8 maja 2014 r. (postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów).

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 267, dalej „KPA”), pismem z dnia 2 grudnia 2014 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu postępowania dowodowego, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy. W dniu 12 grudnia 2014 r. z aktami sprawy zapoznał się pełnomocnik Spółki. W piśmie z dnia 12 grudnia 2014 r. Spółka wniosła o przedłużenie terminu na przedstawienie stanowiska końcowego w sprawie do dnia 25 grudnia 2014 r. W piśmie z dnia 15 grudnia 2014 r. Prezes Urzędu przedłużył ww. termin do dnia 18 grudnia 2014 r. W piśmie z dnia 18 grudnia 2014 r. wskazano, że aktualnie jedynym pełnomocnikiem Spółki w niniejszej sprawie jest [***] oraz wniesiono o umorzenie postępowania jako bezprzedmiotowego.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił, co następuje.

Polkomtel sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000419430. Przedmiotem działalności gospodarczej Polkomtel jest między innymi działalność w zakresie usług telekomunikacyjnych, w tym świadczonych dla konsumentów. Polkomtel jest przedsiębiorcą telekomunikacyjnym wpisanym do rejestru prowadzonego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej pod nr 3.

[***] w stosowanych przez Polkomtel cennikach zawarta jest opłata za wystawienie rachunku szczegółowego standardowego. Cenniki te stanowią integralną część zawieranych umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Opłata ta wynosi obecnie 5,04 złotych brutto. [***] (pismo Polkomtel z dnia 18 grudnia 2012 r. i 12 lutego 2013 r.).

Z uwagi na kolejno obowiązujące po sobie promocje w okresie od dnia 1 lipca 2009 r. do dnia 15 listopada 2012 r. opłata za wystawienie rachunku standardowego szczegółowego nie była pobierana od abonentów. Promocje te regulowane były następującymi regulaminami:

1. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług”* obowiązujący od dnia 1 lipca 2009 r. do dnia 30 września 2009 r.;
2. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług II”* obowiązujący od dnia 1 października 2009 r. do dnia 30 listopada 2009 r.;
3. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług III”* obowiązujący od dnia 1 grudnia 2009 r. do dnia 31 stycznia 2010 r.;
4. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług IV”* obowiązujący od dnia 1 lutego 2010 r. do dnia 31 marca 2010 r.;
5. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług V”* obowiązujący od dnia 1 kwietnia 2010 r. do dnia 31 maja 2010 r.;
6. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług VI”* obowiązujący od dnia 1 czerwca 2010 r. do dnia 31 lipca 2010 r.;
7. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług VII”* obowiązujący od dnia 1 sierpnia 2010 r. do dnia 30 września 2010 r.;
8. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług VIII”* obowiązujący od dnia 1 października 2010 r. do dnia 30 listopada 2010 r.;
9. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług IX”* obowiązujący od dnia 1 grudnia 2010 r. do dnia 31 stycznia 2011 r.;
10. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług X”* obowiązujący od dnia 1 lutego 2011 r. do dnia 31 marca 2011 r.;
11. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług XI”* obowiązujący od dnia 1 kwietnia 2011 r. do 31 marca 2011 r.;
12. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług XII”* obowiązujący od dnia 1 czerwca 2011 r. do 31 lipca 2011 r.;
13. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług XIII”* obowiązujący od dnia 1 sierpnia 2011 r. do 30 września 2011 r.;
14. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług XIV”* obowiązujący od dnia 1 października 2011 r. do 30 listopada 2011 r.;
15. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług XV”* obowiązujący od dnia 1 grudnia 2011 r. do 31 stycznia 2012 r.;
16. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług XVI”* obowiązujący od dnia 1 lutego 2012 r. do 31 marca 2012 r.;
17. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług XVII”* obowiązujący od dnia 1 kwietnia 2012 r. do 31 maja 2012 r.;
18. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług XVIII”* obowiązujący od dnia 1 czerwca 2012 r. do 31 lipca 2012 r.;
19. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług XIX”* obowiązujący od dnia 1 sierpnia 2012 r. do 31 października 2012 r.;

20. *Regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług XX”* obowiązujący od dnia 1 listopada 2012 r. do 15 listopada 2012 r. (pismo Polkomtel z dnia 18 grudnia 2012 r.).

Jak wynika z powyższego zestawienia, dzień 15 listopada 2012 r. był ostatnim dniem promocji objętej regulaminami *Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług I-XX*.

Powyższe regulaminy (dalej łącznie „Regulaminy”) miały analogiczną treść z zastrzeżeniem, że okresy ich obowiązywania były różne. Regulaminy określały nie tylko istotę promocji polegającą na możliwości korzystania z usługi dodatkowej „rachunek szczegółowy – standardowy” bez ponoszenia dodatkowej opłaty, ale również zasady i sposób włączania i wyłączania tej usługi. Zgodnie z pkt. 3 zd. 2 Regulaminów: „W ramach Usługi Abonent otrzymuje szczegółowe informacje o dacie, godzinie, numerze telefonu i czasie i/lub typie wykonanych połączeń w określonym na fakturze VAT okresie rozliczeniowym z podziałem na poszczególne numery telefonów objęte kontem Abonenta”. Zgodnie natomiast z pkt. 5 Regulaminów: „W ramach Promocji Abonent ma prawo włączać i/lub wyłączać Usługę w zależności od bieżących potrzeb Abonenta. Każdorazowe włączenie lub wyłączenie usługi odbywa się na podstawie dyspozycji skierowanej do Biura Obsługi Klienta” (załącznik nr 1 – Regulaminy I-XX do pisma Polkomtel z dnia 22 stycznia 2013 r. i pismo Polkomtel z dnia 12 lutego 2013 r.).

[***] (pismo Polkomtel z dnia 26 marca 2013 r. i 25 lipca 2013 r.). [***] (pismo Polkomtel z dnia 25 lipca 2013 r.).

W ciągu dwudziestu edycji promocji objętych jej zakresem zostało [***] abonentów Spółki. W okresie obowiązywania promocji [***]. Liczba klientów - abonentów Spółki, których objęła ww. promocja przedstawia się następująco:

[***]

[***] (pismo Polkomtel z dnia 28 kwietnia 2014 r.).

Spółka, w związku z upływem okresu obowiązywania promocji, który wiązał się z powrotem do naliczania ujętej w cenniku (załącznik do umowy abonenckiej) opłaty w kwocie 5,04 zł za rachunek szczegółowy podjęła działania informacyjne.

W poniższej tabeli przedstawione są daty rozpoczęcia oraz zakończenia podejmowanych przez Spółkę działań informujących konsumentów o zakończeniu promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług” z rozbiciem na poszczególne edycje promocji oraz poszczególne kanały przekazywania tych informacji i poszczególne treści przekazywanych informacji.

Działania te podejmowane były w ramach [***] edycji promocji, co oznacza (z uwagi na okoliczność, że kolejne edycje następowały po sobie), że [***] (pismo Polkomtel z dnia 28 kwietnia 2014 r.).

[***]

Jak wynika z powyższego zestawienia, dzień [***] był ostatnim dniem SMS-owej kampanii informacyjnej dotyczącej zakończenia promocji objętej Regulaminami.

Liczba klientów - abonentów Spółki, do których przekazano komunikaty o zakończeniu promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług” przedstawia się następująco:

[***]

Działania te podejmowane były w ramach [***] edycji promocji co oznacza (z uwagi na okoliczność, że kolejne edycje następowały po sobie), że [***]. W ramach informowania o zakończeniu promocji w ramach [***] edycji wysyłano komunikaty do tych samych klientów, stąd liczba łączna unikalnych klientów - abonentów Spółki, co do których przekazano komunikaty o zakończeniu promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług” wyniosła [***] (pismo Polkomtel z dnia 28 kwietnia 2014 r.).

Prezes Urzędu ustalił, że przychód osiągnięty przez Spółkę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary (2 lutego 2013 r. – 31 grudnia 2013 r.) wyniósł [***] (korekta zeznania podatkowego Polkomtel za rok 2013 złożona pismem z dnia 8 maja 2014 r.).

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

Naruszenie interesu publicznego

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (dalej „uokik”), ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstawę do rozstrzygnięcia przez Prezesa Urzędu sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Interes publiczny zostaje naruszony w szczególności wówczas, gdy określonymi działaniami przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska, powodując zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu (por. wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 24 października 1991 r., sygn. akt XVII Amr 8/90). W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy w okresie obowiązywania ww. Regulaminów promocji *Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług I – XX*, mogli być narażeni na skutki bezprawnych praktyk stosowanych przez Polkomtel. Interes publiczny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez Spółkę interesu publicznego, możliwe jest poddanie kwestionowanych działań Polkomtel dalszej ocenie w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod kątem stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ocena działań Polkomtel w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (pkt I i II rozstrzygnięcia decyzji)

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Przepis art. 24 ust. 2 uokik stanowi, iż przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Konsumentem w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest osoba fizyczna

dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22¹ KC w zw. z art. 4 pkt 12 uokik). Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed wymierzonymi w nie działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem. 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:

- oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
- zachowanie przedsiębiorcy jest bezprawne;
- zachowanie to godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik, pod pojęciem „przedsiębiorcy” należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r. poz. 672 ze zm.), tj. osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą (art. 4 ust. 1 ww. ustawy). „Działalnością gospodarczą” jest zgodnie z przepisem art. 2 ww. ustawy, zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

Polkomtel sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000419430. Polkomtel jest przedsiębiorcą telekomunikacyjnym wpisanym do rejestru prowadzonego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej pod nr. 3.

Spółka prowadzi we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług telekomunikacyjnych na obszarze całego kraju. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym, Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Bezprawność działania

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok SOKiK z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07). Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona

podmiotowa czynu.

Aby zatem dokonać oceny czy kwestionowane działania Spółki naruszają zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, należy zbadać, czy działania te są bezprawne.

Bezprawność praktyki określonej w punkcie I.1 rozstrzygnięcia decyzji

Analiza treści Regulaminów promocji wskazuje, iż obejmowały one postanowienie dotyczące możliwości i sposobów włączania oraz wyłączania usługi doręczania rachunku szczegółowego standardowego, a więc obejmowały postanowienia dotyczące *sposobu składania zamówień na (...) dodatkowe opcje usługi*, o których mowa w art. 56 ust. 3 pkt 6 Pt.

Zgodnie z pkt. 3 zd. 2 Regulaminów: „W ramach Usługi Abonent otrzymuje szczegółowe informacje o dacie, godzinie, numerze telefonu i czasie i/lub typie wykonanych połączeń w określonym na fakturze VAT okresie rozliczeniowym z podziałem na poszczególne numery telefonów objęte kontem Abonenta”. Zgodnie natomiast z pkt. 5 Regulaminów: „W ramach Promocji Abonent ma prawo włączać i/lub wyłączać Usługę w zależności od bieżących potrzeb Abonenta. Każdorazowe włączenie lub wyłączenie usługi odbywa się na podstawie dyspozycji skierowanej do Biura Obsługi Klienta” (załącznik nr 1 – Regulaminy I-XX do pisma Polkomtel z dnia 22 stycznia 2013 r. i pismo Polkomtel z dnia 12 lutego 2013 r.).

Zgodnie natomiast z art. 59 ust. 1 ww. ustawy, *dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych określający w regulaminie świadczenia publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych dane, o których mowa w art. 56 ust. 3 pkt 6-8 lub 10-21, jest obowiązany podać ten regulamin do publicznej wiadomości poprzez publikację na swojej stronie internetowej i dostarczać nieodpłatnie abonentowi wraz z umową o świadczenie publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, w tym o zapewnienie przyłączenia do publicznej sieci telekomunikacyjnej, a także na każde jego żądanie, w formie pisemnej lub elektronicznej.*

Stosownie do ww. przepisu, Polkomtel – określając w Regulaminach dane, o których mowa w art. 56 ust. 3 pkt 6 Pt – powinien dostarczyć konsumentowi zawierającemu umowę w formie pisemnej odpowiedni dla daty zawarcia umowy regulamin promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług” od I do XX wraz z umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Mając na uwadze powyższe, działanie Spółki polegające na niedostarczaniu konsumentom zawierającym umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych w formie pisemnej wraz z umową odpowiedniego dla daty zawarcia tej umowy regulaminu promocji Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług od I do XX narusza art. 59 ust. 1 Pt.

Bezprawność praktyki określonej w punkcie I.2. rozstrzygnięcia decyzji

Zgodnie z art. 60a ust. 1 pkt 1 Pt, *dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych doręcza na piśmie abonentowi będącemu stroną umowy zawartej w formie pisemnej lub elektronicznej treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy, w tym określonych w regulaminie świadczenia publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, chyba że abonent złożył żądanie określone w ust. 1b.*

Zgodnie natomiast z art. 60a ust. 1 pkt 2 Pt, *dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych doręcza na piśmie abonentowi niebędącemu stroną umowy zawartej w formie pisemnej lub elektronicznej, który udostępnił swoje dane, o których mowa w ust. 1a, treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy określonych w regulaminie świadczenia publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, chyba że abonent złożył żądanie określone w ust. 1b.*

Zgodnie zatem z przytoczonym przepisami, Polkomtel, wprowadzając w życie kolejne Regulaminy promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług” od I do XX, powinien doręczyć konsumentom (abonentom, o których mowa w ww. przepisach) każdorazowo obowiązujący ich regulamin promocji. Kolejne Regulaminy promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług” przewidywały bowiem zmianę warunków umowy w zakresie wydłużenia okresu obowiązywania promocji, w ramach której konsument nie ponosił opłaty za usługę rachunku szczegółowego standardowego.

Mając na uwadze powyższe, działanie Spółki polegające na niedoręczaniu konsumentom (abonentom będącym stroną umowy zawartej w formie pisemnej oraz abonentom niebędącym stroną umowy zawartej w formie pisemnej, którzy udostępniili swoje dane, o których mowa w art. 60a ust. 1a Pt) treści proponowanych zmian warunków umowy określonych w Regulaminach promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji” od I do XX, narusza art. 60a ust. 1 pkt 1 albo 2 Pt.

Bezprawność praktyki określonej w punkcie II rozstrzygnięcia decyzji

Jako zachowania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, ustawodawca wskazuje w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik). Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, która jednocześnie godzi w zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu będzie wykazanie, że w ustalonym stanie faktycznym Spółka stosowała nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 i 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 upnpr.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 upnpr, stosowana przez przedsiębiorcę praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po zawarciu.

Na podstawie art. 6 ust. 1 upnpr, za praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Zgodnie z art. 6 ust. 3 pkt 1 upnpr, wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności: zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu.

Wskazać należy, iż potencjalna zdolność wprowadzenia w błąd ma miejsce szczególnie wtedy,

gdy przedsiębiorca ukrywa istotne dla podjęcia przez konsumenta racjonalnej decyzji rynkowej informacje lub przedstawia je w niejasny, niezrozumiały lub dwuznaczny sposób. W wyniku powyższych praktyk przeciętny konsument może wyrobić sobie mylne wyobrażenie o oferowanym przez przedsiębiorcę produkcie, o korzyściach z niego wynikających, o ryzykach z nim związanych, itp., które ostatecznie nie znajdują odzwierciedlenia w rzeczywistym stanie rzeczy. Wprowadzenie w błąd polega przede wszystkim na pewnym zniekształceniu procesu decyzyjnego konsumenta poprzez wytworzenie w jego umyśle mylnego przekonania co do transakcji, w którą się angażuje. W rezultacie wytworzenia się mylnego przekonania, konsument podejmuje daną decyzję lub wycofuje się z podjęcia określonej decyzji, przy czym istotne jest to, że taka decyzja nie miałaby miejsca, gdyby nie nieuczciwe działanie przedsiębiorcy.

Dla prawidłowego zinterpretowania celu tej ustawy należy wskazać, iż przedsiębiorca nie tyle musi faktycznie spowodować, iż przeciętny konsument podejmie decyzję, której przy braku wprowadzenia w błąd by nie podjął, co wystarczy już samo wystąpienie takiej możliwości wprowadzenia w błąd.

Praktyka rynkowa

Zgodnie z art. 2 pkt 3 upnpr, przez produkt należy rozumieć każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych.

Przez praktykę rynkową rozumie się, zgodnie z art. 2 pkt 4 upnpr, działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

W ocenie Prezesa Urzędu praktyka Spółki polegająca na informowaniu konsumentów – abonentów Spółki o zakończeniu promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji”, jako polegająca na działaniu (sposobie postępowania) Spółki dotyczącym określonego produktu (oferty, usługi) mieści się w ww. definicji praktyki rynkowej.

Model przeciętnego konsumenta

Aby dokonać oceny, czy sposób powiadomienia konsumentów przez Polkomtel o zakończeniu promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji” mógł spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, konieczne jest ustalenie w przedmiotowej sprawie modelu przeciętnego konsumenta.

Zgodnie z art. 2 pkt 8 upnpr, przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonać się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna czy umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta dokonywana jest ocena „nieuczciwości” praktyki rynkowej stosowanej przez przedsiębiorcę.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym

praktykom rynkowym jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej. Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego produktu. To, czego można oczekiwać od rozsądnego konsumenta wynika przede wszystkim z tego, jak daleko sięga obowiązek informacji handlowej, jej dostępności, jasności, niedwuznaczności, pełności i odpowiedniości. W świetle orzecznictwa TSUE, poziom percepcji i uwagi konsumenta różni się w zależności od tego, jakiego produktu dotyczy praktyka rynkowa oraz w jakich okolicznościach produkt ten jest nabywany.

W przedmiotowej sprawie rekonstruowany model przeciętnego konsumenta dotyczy zatem abonenta Polkomtel będącego stroną umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych i korzystającego w ramach promocji z usługi rachunku szczegółowego standardowego.

W ocenie Prezesa Urzędu, przeciętny konsument w niniejszej sprawie nie odznacza się cechami szczególnymi w rozumieniu art. 2 pkt 8 upnpr. Brak w związku z tym podstaw do formułowania, w świetle kwestionowanej praktyki, szczególnej grupy konsumentów, których owa praktyka mogła dotyczyć.

Mając na uwadze powyższe oraz powszechność zawierania przez konsumentów umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych z operatorami telefonii komórkowej, a w ich ramach korzystania z promocji oferowanych przez przedsiębiorców, przeciętnego konsumenta w niniejszej sprawie należy rozumieć jako dostatecznie (przeciętnie) rozważnego i zorientowanego, mającego prawo do uzyskiwania od Spółki wszystkich niezbędnych informacji dotyczących stosunku zobowiązaniowego (umowy) łączącej go z Polkomtel, przekazywanych w sposób rzetelny i nie wprowadzający w błąd. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego „przeciętność”), polegającą na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia uwagi, wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i pełna oraz że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć (por. wyrok SOKiK z dnia 23 stycznia 2013 r., sygn.. akt XVII AmA 19/11).

W niniejszej sprawie przeciętny konsument - abonent Polkomtel będący stroną umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych i korzystający w ramach promocji z usługi rachunku szczegółowego standardowego - miał zatem prawo do otrzymania od Spółki rzetelnej i nie wprowadzającej w błąd informacji o zakończeniu promocji dotyczącej usługi rachunku szczegółowego standardowego oraz możliwości i sposobie uniknięcia ponoszenia opłaty za przedmiotową usługę na warunkach standardowych (po zakończeniu promocji), np. sposób wyłączenia przedmiotowej usługi, skorzystanie z innej usługi lub promocji, itp.

Jest to tym bardziej istotne, gdyż przeciętny konsument korzystający z ww. promocji nie otrzymywał od Spółki przy zawarciu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub przy jej przedłużeniu wzorca umowy (regulaminu promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji”). Ponadto, należy mieć na względzie długi okres czasu jaki mógł upłynąć od aktywacji przez konsumenta przedmiotowej usługi – promocja była przedłużana przez Polkomtel w cyklach 2 lub 3 miesięcznych w okresie od 1 lipca 2009 r. do 31 października 2012 r. oraz na okres 2 tygodni od 1 do 15 listopada 2012 r.

Dobre obyczaje – naruszenie art. 4 ust. 1 upnpr

W celu wykazania, że wskazane w pkt II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji działanie Polkomtel stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, celowe może wydawać się wskazanie, że niniejsza praktyka rynkowa sprzeczna jest z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta (art. 4 ust. 1 upnpr). Należy jednak zauważyć, że zgodnie z orzecznictwem TSUE (wyrok z dnia 19 września 2013 r. w sprawie CHS Tour Services GmbH przeciwko Team4 Travel GmbH, C-435/11), w sytuacji gdy działania przedsiębiorcy spełniają wymagania nieuczciwej praktyki wprowadzającej odbiorcę w błąd, to nie zachodzi konieczność badania, czy taka praktyka jest również sprzeczna z dobrymi obyczajami, które na gruncie art. 5 ust. 2 pkt a dyrektywy 2005/29/WE zdefiniowane zostały jako wymogi staranności zawodowej. Identyczny pogląd w tym zakresie wyraził również Sąd Najwyższy w jednym z ostatnich orzeczeń (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 4 marca 2013 r., sygn. III SK 34/13). Powyższe stanowisko będzie miało również swoje odzwierciedlenie w ustawodawstwie krajowym, gdyż od 25 grudnia 2014 r. zmianie ulegnie art. 4 ust. 2. u.p.n.p.r /znowelizowany w związku z wejściem w życie art. 49 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. 2014, poz. 827)/ w wyniku czego praktyki wprowadzające w błąd nie będą podlegały ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 ww. ustawy.

Bez względu na powyższe, mimo rozbieżności pomiędzy orzecznictwem a stanem prawnym obowiązującym w dniu wydania niniejszej decyzji wskazać należy, że praktyka stosowana przez Polkomtel narusza dobre obyczaje kontraktowe, które powinny charakteryzować profesjonalistę. Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Słusznie przyjmuje się, że sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności, czyli takie działania, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające *in minus* od przyjętych standardów postępowania (K. Pietrzykowski (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz*, Warszawa 2002 r., str. 804.). Zgodnie z wypracowanym w orzecznictwie stanowiskiem stwierdzić należy, iż „istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko rozumiany szacunek dla człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniem uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniem partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, także wykorzystania jego niewiedzy i naiwności” (wyrok SOKiK z dnia 23 lutego 2006 r., sygn. akt XVII Ama 118/04). W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić jako prawo konsumenta do uzyskania istotnych informacji dotyczących zakończenia oferowania na warunkach promocyjnych usługi rachunku szczegółowego standardowego, przekazanych w sposób rzetelny i pełny, potrzebnych przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy.

Naruszenie art. 6 ust. 1 i 3 pkt 1 upnpr

W ocenie Prezesa Urzędu, Spółka informując konsumentów o zakończeniu promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji”, pomijała istotną informację dotyczącą możliwości i sposobu wyłączenia usługi dostarczania rachunku szczegółowego standardowego (zgodnie z pkt. 5 Regulaminów), przy jednoczesnym informowaniu o możliwości uniknięcia tej opłaty poprzez aktywowanie usługi e-rachunek (co mogło sugerować, że jest to jedyna

możliwość uniknięcia ponoszenia opłaty). Tym samym ww. praktyka Spółki mogła powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Jest to tym bardziej istotne, gdyż przeciętny konsument korzystający z ww. promocji nie otrzymywał od Spółki przy zawarciu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub przy jej przedłużeniu wzorca umowy (regulaminu promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji”). Ponadto, należy mieć na względzie długi okres czasu jaki mógł upłynąć od aktywacji przez konsumenta przedmiotowej usługi – promocja była przedłużana przez Polkomtel w cyklach 2 lub 3 miesięcznych w okresie od 1 lipca 2009 r. do 31 października 2012 r. oraz na okres 2 tygodni od 1 do 15 listopada 2012 r.

W tym miejscu należy podkreślić, iż określenie każdorazowo zakresu istotnych informacji dotyczących produktu pozostawiono przedsiębiorcy. Za informacje istotne należy uznać takie informacje, od których konsument może uzależniać podjęcie decyzji dotyczącej umowy. Za istotne informacje należy uznać takie, które dotyczą możliwości i sposobu rezygnacji z płatnej usługi.

Uwzględniając definicję „decyzji dotyczącej umowy” zawartą w art. 2 pkt 7 upnpr (przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności czy też powstrzymać się od jej dokonania), wskutek przekazywania konsumentom przez Spółkę komunikatów o zakończeniu promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji”, konsumenci mogli podjąć decyzję o aktywacji usługi e-rachunek albo – nie chcąc aktywować usługi e-rachunek (nie każdy abonent ma techniczne możliwości korzystania z faktury elektronicznej) – nie podejmować żadnego działania i ponosić opłaty za dostarczanie rachunku szczegółowego standardowego.

Mając powyższe na względzie Prezes Urzędu uznał, że działanie Polkomtel polegające na nieinformowaniu konsumentów w komunikatach dotyczących zakończenia promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji”, o możliwości i sposobie wyłączenia usługi dostarczania rachunku szczegółowego standardowego, przy jednoczesnym informowaniu o możliwości uniknięcia tej opłaty poprzez aktywowanie usługi e-rachunek, naruszało art. 6 ust. 1 i 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 upnpr.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

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. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów pewnej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Ochrona zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne w tym znaczeniu, że mogą dotknąć każdego konsumenta będącego lub mogącego być potencjalnie kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony są zatem interesy wszystkich aktualnych lub potencjalnych klientów – traktowanych jako grupa

uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 10 lipca 2008 r., sygn. akt VI ACa 306/08).

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

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

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z godzeniem w zbiorowe interesy konsumentów (interesy potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów). Na skutki działań Polkomtel mógł być narażony każdy konsument – abonent Polkomtel, do którego została skierowana przez Spółkę informacja o zakończeniu promocji „Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie promocji”.

Bezprawne działanie Spółki nie dotyczyło zatem interesów poszczególnych osób, lecz naruszenia uprawnień szerokiego kręgu konsumentów, których sytuacja była identyczna i wspólna dla całej grupy konsumentów-abonentów Polkomtel.

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.

W przedmiotowej sprawie naruszenie interesów konsumentów przejawiało się w naruszeniu obowiązku przekazywania konsumentom wzorców umowy dotyczących zawieranej przez konsumenta umowy (stanowiących integralną część tej umowy) oraz przekazywania komunikatów o zakończeniu promocji, które mogły wprowadzać konsumentów w błąd i, w konsekwencji, narażeniu ich na podjęcie działań, których nie podjęliby w przypadku udzielenia im rzetelnej i pełnej informacji. W ten sposób konsumenci byli narażeni na mitręgę, stratę czasu, nierzetelność traktowania jako elementy naruszenia ich interesów o wymiarze pozaekonomicznym.

Kwestionowane w pkt. I rozstrzygnięcia decyzji działania Spółki uniemożliwiały konsumentom niezakłócone korzystanie z usług telekomunikacyjnych na zasadach określonych przepisami Prawa telekomunikacyjnego. Powyższe sprawiło, że konsumenci mogli pozostawać w nieświadomości co do objęcia ich promocją przy zawieraniu umowy, a następnie podczas jej trwania. Ponadto, pozbawieni byli możliwości zapoznania się z obowiązującymi warunkami promocji, w szczególności w zakresie możliwości rezygnacji z usługi rachunku szczegółowego.

W przypadku praktyki opisanej w pkt. II rozstrzygnięcia decyzji godzenie w zbiorowe interesy konsumentów dotyczyło nierzetelnego informowania konsumentów przez Spółkę o zakończeniu promocji, gdzie Spółka nie wskazywała na możliwość wyłączenia usługi rachunku szczegółowego na żądanie konsumenta, zgodnie z pkt. 5 Regulaminów. Zaniechanie Spółki utrzymywało zatem stan dezinformacji będący skutkiem praktyk opisanych w pkt. I.1 i I.2 rozstrzygnięcia decyzji, co bezpośrednio mogło doprowadzić do podjęcia decyzji co do korzystania z usługi e-faktury bądź uiszczania opłat za rachunek szczegółowy, podczas gdy w przejrzystych warunkach wykonywania umowy konsument mógłby zdecydować się na fakturę zwykłą, którą przedsiębiorca ma obowiązek doręczyć bezpłatnie.

Mając na uwadze powyższe, działania Polkomtel wskazane w pkt I i II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji zostały uznane za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

Stwierdzenie zaniechania stosowania przez Polkomtel sp. z o.o. praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wskazanych w pkt. I i II rozstrzygnięcia decyzji

Zgodnie z art. 27 uokik, w przypadku zaniechania stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jednocześnie stwierdzając zaniechanie jej stosowania.

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

- w zakresie praktyki z pkt. I.1 - z dniem 16 listopada 2012 r. tj. z dniem następującym po dniu podpisania w okresie obowiązywania promocji *Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie*

usług XX ostatniej pisemnej umowy z konsumentem (pismo Polkomtel z dnia 28 kwietnia 2014 r.);

- w zakresie praktyki z pkt. I.2 - z dniem 16 listopada 2012 r., tj. z dniem następującym po ostatnim dniu obowiązywania ostatniej, XX edycji promocji *Rachunek szczegółowy standardowy w pakiecie usług* (okres 1-15 listopada 2012 r.);

- w zakresie praktyki z pkt. II z dniem 9 listopada 2012 r., tj. z dniem [***] (pismo Polkomtel z dnia 28 kwietnia 2014 r.).

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

Obowiązek publikacji decyzji (pkt III rozstrzygnięcia decyzji)

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

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu nałożył na Polkomtel obowiązek publikacji niniejszej decyzji w całości, na koszt Polkomtel, na stronie internetowej tego przedsiębiorcy (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa www.plus.pl), w ciągu 30 (trzydziestu) dni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, w ten sposób, że odnośnik do treści decyzji powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywania jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 1 (jednego) miesiąca od daty opublikowania na stronie internetowej.

W ocenie Prezesa Urzędu nałożony na Spółkę obowiązek publikacyjny zmierza do przekazania możliwie najszerszemu kręgowi odbiorców (konsumentów – również tych niebędących abonentami Spółki, jak i innych profesjonalnych uczestników rynku) informacji o działaniach Polkomtel uznanych za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Obowiązek ten spełni funkcję edukacyjną oraz prewencyjną. Ma bowiem stanowić czytelną informację dla konsumentów i przedsiębiorców, w jaki sposób – zgodnie z prawem – przekazywać konsumentom informacje o warunkach umowy obowiązujących konsumentów korzystających z usług telekomunikacyjnych, zarówno na etapie zawierania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, jak i jej wykonywania. Jednocześnie ma ostrzegać, iż w przypadku braku dochowania przez przedsiębiorców wymaganych standardów i zastosowania podobnych praktyk muszą oni liczyć się z określonymi sankcjami. Prezes Urzędu wziął przy tym pod uwagę, że nałożony obowiązek publikacyjny na stronie internetowej nie będzie wiązał się z koniecznością poniesienia przez Spółkę dodatkowych istotnych kosztów i pozostanie irrelevantny dla jej sytuacji ekonomicznej.

Niezależnie od powyższego, w dacie wydania przedmiotowej decyzji mogą istnieć trwające skutki naruszenia przez Polkomtel zbiorowych interesów konsumentów, zwłaszcza w odniesieniu do nieuczciwej praktyki rynkowej stwierdzonej w punkcie II rozstrzygnięcia decyzji. W przypadku uprawomocnienia się niniejszej decyzji, może ona stanowić prejudykat dla

dochodzenia przez indywidualnych konsumentów roszczeń na podstawie art. 12 upnpr, w czym także przejawia się jej walor edukacyjny.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

Nalożenie kary pieniężnej (pkt IV rozstrzygnięcia decyzji)

Zgodnie z treścią art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieумыślnie dopuścił uokik. W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał, iż charakter stosowanych przez Spółkę praktyk (niedoręczanie obowiązujących konsumentów wzorców umowy, informacji o zmieniających warunkach promocji oraz przekazywanie nierzetelnych informacji o zakończeniu promocji) przemawia za zastosowaniem tego środka. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera zamkniętego katalogu przesłanek, od których uzależniana jest wysokość nakładanych na przedsiębiorców kar. Norma prawna wynikająca z art. 111 uokik stanowi jedynie, iż przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, o których mowa między innymi w art. 106 uokik należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez Spółkę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, który wyniósł [***] i został ustalony na podstawie złożonej pismem z dnia 8 maja 2014 r. korekty zeznania podatkowego Spółki za rok 2013. Maksymalna kara pieniężna, jaka może zostać nałożona na Spółkę w oparciu o przepis art. 106 ust. 1 pkt. 4 uokik wynosi [***], po zaokrągleniu do pełnych złotych.

Przy nakładaniu administracyjnych kar pieniężnych zasadne jest odniesienie się do kwestii umyślności bądź nieумыślności zachowania przedsiębiorcy. Konieczność uwzględnienia tych okoliczności jest zgodna z tezami sformułowanymi w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego oraz sądów administracyjnych i cywilnych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP, każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania norm prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego. Dokonując oceny strony podmiotowej praktyki Spółki wskazanej w pkt. I i II rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu zważył przede wszystkim, czy miała ona zamiar ich stosowania czy też praktyki te były jedynie skutkiem niezachowania przez nią ostrożności wymaganej w danych okolicznościach. Zdaniem Prezesa Urzędu ogół okoliczności sprawy każe przyjąć, że praktyki spowodowane były niedołożeniem przez Spółkę wystarczających starań by doręczać konsumentom wzorce umowy zgodnie z przepisami prawa telekomunikacyjnego oraz rzetelnie informować konsumentów o zakończeniu promocji, tak aby nie doszło do naruszenia przepisów ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Jednocześnie jednak, w ocenie Prezesa Urzędu, brak jest podstaw do uznania, że przedsiębiorca ten nie miał możliwości przewidzenia, że podejmowane przez niego działania mają charakter bezprawny. W świetle powyższego, należy stwierdzić, że stosując zarzucane praktyki Spółka działała nieумыślnie, co w konsekwencji skutkuje wypełnieniem przesłanki z art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik, umożliwiającą nałożenie kary pieniężnej.

Ustalenie kary w przedmiotowej sprawie miało charakter wieloetapowy, co spowodowane było

zaistnieniem w postępowaniu okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonej praktyki i na tej podstawie, biorąc pod uwagę również nieumyślne naruszenie przez Spółkę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary – dokonał gradacji ustalonej kwoty bazowej.

Kara pieniężna określona w niniejszej decyzji wymierzona została za stosowanie praktyki polegającej na naruszeniu obowiązku przekazywania konsumentom wzorców umowy dotyczących promocji obowiązującej przy zawieranej przez konsumenta umowie oraz przekazywania komunikatów o zakończeniu promocji, które mogły wprowadzać konsumentów w błąd. Mając to na względzie szkodliwość tych praktyk należy ocenić jako umiarkowaną.

Mając na uwadze całokształt okoliczności stanu faktycznego prowadzący do wniosku, iż opisane w pkt. I i II rozstrzygnięcia decyzji praktyki zasadniczo prowadzą do wspólnego skutku dla konsumentów utożsamiającego się w dezinformacji co do warunków świadczenia na warunkach promocyjnych usługi rachunku szczegółowego standardowego, Prezes Urzędu uznał, iż praktyki stosowane przez Spółkę dotyczą etapu wykonywania kontraktu, przyjął za kwotę bazową obliczenia kary [***] % przychodu Spółki (uwzględniając dodatkowo, iż praktyki opisane w pkt I rozstrzygnięcia decyzji miały charakter długotrwały, tj. trwały ponad trzy lata) oraz zdecydował o nałożeniu jednej kary za stwierdzone praktyki. Ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa wynosi (po zaokrągleniu do pełnych złotych) [***]. Ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa uwzględnia przesłanki z art. 111 uokik. Prezes Urzędu w szczególności wziął pod uwagę okres stosowania praktyk (stosowanie Regulaminów, na czym opierają się praktyki Spółki określone w pkt. I.1-2 rozstrzygnięcia decyzji, trwało w okresie ponad trzech lat, tj. od dnia 1 lipca 2009 r. do dnia 15 listopada 2012 r., natomiast kampania informacyjna dotycząca zakończenia promocji objętej Regulaminami, na czym opiera się praktyka określona w pkt. II rozstrzygnięcia decyzji, trwała w okresie [***]) oraz okoliczność braku uprzedniego stosowania praktyk kwestionowanych w niniejszej decyzji.

Za okoliczność łagodzącą w niniejszej sprawie przyjęto fakt zaniechania stosowania przez Spółkę przypisanej jej praktyki. W tym aspekcie zważono jednak, iż zaniechanie to nie nastąpiło bezpośrednio po wszczęciu postępowania oraz, iż wynikało bezpośrednio z zakończenia oferowanej przez Spółkę promocji. Uwzględniając te okoliczności uznano, iż z tej przyczyny należy obniżyć kwotę bazową kary o 20%.

Jednocześnie, w ocenie Prezesa Urzędu, w niniejszej sprawie miała miejsce okoliczność przemawiająca za podwyższeniem kwoty bazowej kary – znaczny zasięg skutków praktyki związany faktem, iż skutki praktyk stosowanych przez Polkomtel dotyczyły znacznej liczby jej abonentów. Uznano, że okoliczność ta przemawia za podwyższeniem kwoty bazowej o 10%.

Wobec powyższego ustalono, iż kara nałożona na Spółkę odpowiadać będzie [***] % przychodu Spółki za rok 2013 r. czyli [***] % kary jaka mogłaby być w tym przypadku nałożona, tj. wyniesie (po zaokrągleniu do pełnego złotego) **5 958 536 złotych** (słownie: pięć milionów dziewięćset pięćdziesiąt osiem tysięcy pięćset trzydzieści sześć złotych).

Zdaniem Prezesa Urzędu, tak określona kara spełni zarówno funkcję represyjną jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i

prewencyjną, zapobiegając ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest też jej walor wychowawczy, w tym wymiar ogólny, odstrasżający dla innych przedsiębiorców działających w branży przed podobnym naruszeniem podlegających ochronie interesów konsumentów. Ponadto, wymierzona kara jest adekwatna do stopnia i okoliczności naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt. IV rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

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

Koszty postępowania (pkt V rozstrzygnięcia decyzji)

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

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

W wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu w pkt. I i II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania. W związku z powyższym, postanowiono obciążyć stronę postępowania kosztami postępowania w wysokości 103,20 zł (słownie: sto trzy złote i dwadzieścia groszy).

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

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

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie V niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 uokik w związku z art. 479³² § 1 i 2 KPC i art. 264 § 2 KPA w zw. z art. 83 uokik, przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu

Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji,
za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Z UP. PREZESA
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
ZASTĘPCA DYREKTORA
DEPARTAMENTU OCHRONY INTERESÓW KONSUMENTÓW
ŁUKASZ WROŃSKI

Otrzymuje:

[***]