

PREZES URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

DELEGATURA URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW W BYDGOSZCZY

85-097 Bydgoszcz, ul. Jagiellońska 34
Tel. (0-52) 345-56-44, Fax (0-52) 345-56-17, Tel. Centrala (0-52) 3254-100
E-mail: bydgoszcz@uokik.gov.pl

Bydgoszcz, dn. 23.12.2002 r.

Znak: RBG-536-S-04/01/AB/185

Wg rozdzielnika

Decyzja nr RBG 39/2002

- I. Na podstawie art. 104 KPA oraz art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2000 r. Nr 122, poz. 1319 z późn. zm. – zwana dalej ustawą) i §6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie ustalenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002 r. Nr 18, poz. 172), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Netia Telekom Toruń S.A. w Warszawie, działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 11 ust. 1 ustawy, **nie stwierdza się stosowania przez Telekomunikację Polską S.A. z siedzibą w Warszawie praktyki ograniczającej konkurencję**, o której mowa w art. 8 ust. 2 pkt 1 i art. 8 ust. 2 pkt 5 ustawy, polegającej na:

przeciwdziałaniu ukształtowaniu się warunków niezbędnych do rozwoju konkurencji na rynku usług telefonicznych Miasta Toruń poprzez stosowanie w okresie od dnia 1.09.2000 r. do dnia 31.10.2000 r. promocji cenowej przekraczającej ramy dobrych obyczajów kupieckich oraz racjonalności ekonomicznej, której celem było przejęcie klientów Netia Telekom Toruń S.A. w Warszawie.

- II. Na podstawie art. 104 KPA oraz art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2000 r. Nr 122, poz. 1319 z późn. zm. – zwana dalej ustawą) i §6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie ustalenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002 r. Nr 18, poz. 172), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Netia Telekom Toruń S.A. w Warszawie, działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 11 ust. 1 ustawy, **nie stwierdza się stosowania przez Telekomunikację Polską S.A. z siedzibą w Warszawie praktyki ograniczającej konkurencję**, o której mowa w art. 8 ust. 2 pkt 1 i art. 8 ust. 2 pkt 5 ustawy, polegającej na:

przeciwdziałaniu ukształtowaniu się warunków niezbędnych do rozwoju konkurencji na rynku usług telefonicznych Miasta Grudziądz poprzez stosowanie w okresie od dnia 1.09.2000 r. do dnia 31.10.2000 r. promocji cenowej przekraczającej ramy dobrych obyczajów kupieckich oraz racjonalności ekonomicznej, której celem było przejęcie klientów Netia Telekom Toruń S.A. w Warszawie.

- III. Na podstawie art. 104 KPA oraz art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2000 r. Nr 122, poz. 1319 z późn. zm. – zwana dalej ustawą) i §6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie ustalenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002 r. Nr 18, poz. 172), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Netia Telekom Toruń S.A. w Warszawie, działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 11 ust. 1 ustawy, **nie stwierdza się stosowania przez Telekomunikację Polską S.A. z siedzibą w Warszawie praktyki ograniczającej konkurencję**, o której mowa w art. 8 ust. 2 pkt 1 i art. 8 ust. 2 pkt 5 ustawy, polegającej na:

przeciwdziałaniu ukształtowaniu się warunków niezbędnych do rozwoju konkurencji na rynku usług telefonicznych Miasta Brodnica poprzez stosowanie w okresie od dnia 1.09.2000 r. do dnia 31.10.2000 r. promocji cenowej przekraczającej ramy dobrych obyczajów kupieckich oraz racjonalności ekonomicznej, której celem było przejęcie klientów Netia Telekom Toruń S.A. w Warszawie.

- IV. Na podstawie art. 104 KPA oraz art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2000 r. Nr 122, poz. 1319 z późn. zm. – zwana dalej ustawą) i §6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie ustalenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002 r. Nr 18, poz. 172), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Netia Telekom Toruń S.A. w Warszawie, działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 11 ust. 1 ustawy, **nie stwierdza się stosowania przez Telekomunikację Polską S.A. z siedzibą w Warszawie praktyki ograniczającej konkurencję**, o której mowa w art. 8 ust. 2 pkt 1 i art. 8 ust. 2 pkt 5 ustawy, polegającej na:

przeciwdziałaniu ukształtowaniu się warunków niezbędnych do rozwoju konkurencji na rynku usług telefonicznych Miasta Jabłonowo Pomorskie poprzez stosowanie w okresie od dnia 1.09.2000 r. do dnia 31.10.2000 r. promocji cenowej przekraczającej ramy dobrych obyczajów kupieckich oraz racjonalności ekonomicznej, której celem było przejęcie klientów Netia Telekom Toruń S.A. w Warszawie.

V. Na podstawie art. 104 KPA oraz art. 28 ust. 6 ustawy z dnia 15 grudnia o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2000 r. Nr 122, poz. 1319 z późn. zm. – zwana dalej ustawą) i §6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie ustalenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002 r. Nr 18, poz. 172), po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego wszczętego na wniosek Netia Telekom Toruń S.A. w Warszawie, działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

na podstawie art. 11 ust. 1 ustawy, **nie stwierdza się stosowania przez Telekomunikację Polską S.A. z siedzibą w Warszawie praktyki ograniczającej konkurencję**, o której mowa w art. 8 ust. 2 pkt 1 i art. 8 ust. 2 pkt 5 ustawy, polegającej na:

przeciwdziałaniu ukształtowaniu się warunków niezbędnych do rozwoju konkurencji na rynku usług telefonicznych Miasta Chełmno poprzez stosowanie w okresie od dnia 1.09.2000 r. do dnia 31.10.2000 r. promocji cenowej przekraczającej ramy dobrych obyczajów kupieckich oraz racjonalności ekonomicznej, której celem było przejęcie klientów Netia Telekom Toruń S.A. w Warszawie.

Uzasadnienie

Wnioskiem z dnia 13.06.2001 r. Netia Telekom S.A. z siedzibą w Warszawie (zwana dalej wnioskodawcą, bądź Netią) wystąpiła do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej Prezesem Urzędu, bądź organem antymonopolowym) z żądaniem wszczęcia postępowania antymonopolowego przeciwko Telekomunikacji Polskiej S.A. z siedzibą w Warszawie (zwana dalej uczestnikiem, bądź TP S.A.), pod zarzutem nadużywania pozycji dominującej na lokalnym rynku telekomunikacyjnym, polegającego na przeciwdziałaniu ukształtowaniu się warunków niezbędnych do rozwoju konkurencji, poprzez stosowanie rażąco niskich cen za oferowane usługi telekomunikacyjne. Wnioskodawca wskazał jako podstawę prawną przepis art. 8 ust. 2 pkt 1 i pkt 5 ustawy. Wniósł ponadto na podstawie art. 90 ustawy o nadanie rygoru natychmiastowej wykonalności decyzji wydanej w niniejszej sprawie.

Kreśląc we wniosku podstawę faktyczną swojego wystąpienia, wnioskodawca stwierdził, iż działa na lokalnym rynku telekomunikacyjnym miast: Toruń, Grudziądz, Brodnica, Jabłonowo Pomorskie i Chełmno. Jedyńm jego konkurentem na tym rynku jest uczestnik, który dysponuje udziałem w tak wyznaczonym rynku na poziomie 68%. Od początku września 2000 r. do końca października 2000 r. uczestnik prowadził akcję promocyjną, w ramach której proponował klientom wnioskodawcy zawarcie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, przewidującej:

1. zwolnienie z opłat abonamentowych do końca roku 2000;
2. bezpłatne rozmowy lokalne z trzema wybranymi osobami, w przypadku skłonienia przez potencjalnego klienta kolejnej osoby do skorzystania z usług uczestnika, oferowane było;
3. zwolnienie z opłat abonamentowych przez okres 3 miesięcy;
4. przyznanie prawa do bezpłatnych rozmów, ponadto, na obszarach gdzie Netia dopiero rozpoczyna działalność, uczestnik adresuje do swoich klientów ofertę;
5. bezpłatnego przekazania aparatu telefonicznego;

6. instalacji dodatkowego gniazdka telefonicznego.

Zdaniem wnioskodawcy, uczestnik miał ułatwiony dostęp do abonentów Netii, gdyż ta przekazywała uczestnikowi numery swoich abonentów w celu umożliwienia TP S.A. świadczenia usługi biura numerów. Klienci wnioskodawcy byli informowani o promocji i jej warunkach przez akwizytorów uczestnika, którzy składali wizyty w domach klientów wnioskodawcy. Uczestnik proponował swoje usługi w oparciu o regulamin promocji, z którego treścią klienci mogli się zapoznać jedynie w należących do TP S.A. Biurach Obsługi Klienta. Regulamin nie był doręczany klientowi przy zawarciu umowy. Wnioskodawca twierdził, iż akcje promocyjne uczestnika prowadzone są jedynie na obszarach, na których Netia prowadzi działalność, z pominięciem innych obszarów, co świadczy o zamiarze uczestnika skłaniania klientów wnioskodawcy do rozwiązania z nim umów. Promocje trwają średnio od jednego do dwóch miesięcy i są często powtarzane.

Wnioskodawca oświadczył, iż w okresie od dnia 1.09.2000 r. do dnia 31.10.2000 r. 1647 jego dotychczasowych abonentów zrezygnowało z usług i skorzystało z oferty uczestnika.

Wnioskodawca wskazał również dla porównania na warunki stosowanej przez siebie promocji pod nazwą „Dobry Wybór”, która była stosowana w okresie od dnia 15.09.2000 r. do dnia 15.12.2000 r. i zawierała następujące propozycje dla potencjalnych klientów:

1. możliwość utrzymania przez okres dwóch lat wysokości abonamentu przewidzianego w danym planie taryfowym;
2. bezpłatna poczta głosowa;
3. niższe opłaty za poszczególne rodzaje połączeń.

Zdaniem wnioskodawcy, uczestnik ma możliwość subsydiowania jednych usług z zysków osiąganych ze świadczenia innych usług, na które ma monopol. Tłumaczy to atrakcyjność oferty uczestnika przedstawianej w ramach promocji. W ten sposób uczestnik świadczy usługi niedochodowe, a celem takiego działania jest jedynie przeciwdziałanie ukształtowaniu się warunków dla działania i rozwoju firm konkurencyjnych.

Pismem z dnia 3.08.2001 r. wnioskodawca uzupełnił wniosek informując, iż w poszczególnych miesiącach z usług Netii zrezygnowało:

- wrzesień 2000 r. 270 abonentów;
- październik 2000 r. 1368 abonentów;
- listopad 2000 r. 290 abonentów;
- grudzień 2000 r. 371 abonentów;
- styczeń 2001 r. 234 abonentów;
- luty 2001 r. 108 abonentów;
- marzec 2001 r. 321 abonentów;
- kwiecień 2000 r. 294 abonentów;
- maj 2000 r. 210 abonentów;
- czerwiec 2000 r. 79 abonentów.

Wnioskodawca podał warunki stosowanej przez siebie w okresie od dnia 15.09.2000 r. do dnia 15.12.2000 r. promocji o nazwie „Dobry Wybór”:

pakiet promocyjny I:

1. przyłączenie do sieci telekomunikacyjnej za opłatą w wysokości 20,00 zł (z VAT);
2. miesięczny abonament telefoniczny w wysokości 20,00 zł (z VAT);
3. bezpłatna poczta głosowa;
4. utrzymanie do dnia 31.12.2002 r. wysokości opłat miesięcznych za abonament telefoniczny na poziomie promocyjnym (20,00 zł);

5. specjalne, obniżone stawki opłat za rozmowy;

pakiet promocyjny II:

1. przyłączenie do sieci telekomunikacyjnej za opłatą w wysokości 1,00 zł (z VAT);
2. miesięczny abonament telefoniczny w wysokości 35,00 zł (z VAT);
3. bezpłatna poczta głosowa;
4. utrzymanie do dnia 31.12.2002 r. wysokości opłat miesięcznych za abonament telefoniczny na poziomie promocyjnym (35,00 zł);
5. specjalne, obniżone stawki opłat za rozmowy;

pakiet promocyjny III:

1. przyłączenie do sieci telekomunikacyjnej za opłatą w wysokości 1,00 zł (z VAT);
2. miesięczny abonament telefoniczny w wysokości 35,00 zł (z VAT);
3. bezpłatna poczta głosowa;
6. utrzymanie do dnia 31.12.2002 r. wysokości opłat miesięcznych za abonament telefoniczny na poziomie promocyjnym (35,00 zł);
7. specjalne, obniżone stawki opłat za rozmowy.

Pismem z dnia 30.08.2001 r. uczestnik odpowiedział na wniosek o wszczęcie postępowania antymonopolowego. Przedstawił warunki stosowanych akcji promocyjnych, w tym pakietów oferowanych w trakcie promocji we wrześniu i październiku 2000 r.:

pakiet I (biznesowy):

- dostęp do sieci TP S.A. za złotówkę dla klientów powracających do TP S.A.;
- w przypadku pełnej opłaty za dostęp do sieci TP S.A. możliwość jej rozłożenia na raty;
- zwolnienie promocyjnego telefonu z opłat abonamentowych do końca 2000 roku;
- dodatkowe łącze od TP S.A. + aparat telefoniczny gratis;
- poczta głosowa gratis;
- dostęp do usług dodatkowych – połączenie oczekujące gratis;
- możliwość nieodpłatnej instalacji dodatkowego gniazdka telefonicznego;
- książka telefoniczna gratis;
- kupon konkursowy;
- zestaw standardowych wizytówek gratis;

pakiet II:

- dostęp do sieci TP S.A. za złotówkę dla klientów powracających do TP S.A.;
- zwolnienie z opłat abonamentowych do końca 2000 roku;
- możliwość skorzystania z usługi mini-centrex;
- możliwość zainstalowania telefonu kontaktowego;
- poczta głosowa gratis;
- na życzenie abonenta możliwość otrzymywania nieodpłatnie wydruku połączeń telefonicznych (billing) przez trzy kolejne miesiące;
- możliwość nieodpłatnej instalacji dodatkowego gniazdka telefonicznego lub rozgałęźnika;
- karnet upoważniający do trzech bezpłatnych godzin dostępu do internetu;
- książka telefoniczna gratis;
- kupon konkursowy;

pakiet III:

- możliwość rozłożenia na raty opłaty za uzyskanie dostępu do sieci TP S.A.;
- zwolnienie z opłat abonamentowych do końca 2000 roku;
- poczta głosowa gratis;
- możliwość skorzystania z usługi mini-centrex;
- możliwość zainstalowania telefonu kontaktowego;

- dostęp do usług dodatkowych – połączenie oczekujące gratis;
- możliwość nieodpłatnej instalacji dodatkowego gniazdka telefonicznego lub rozgałęźnika;
- karnet upoważniający do trzech bezpłatnych godzin dostępu do internetu;
- książka telefoniczna gratis;
- kupom konkursowy.

Oświadczył również, że wszystkie z promocji miały charakter ogólnopolski. Nie prowadzono akcji adresowanych jedynie do abonentów z Torunia, Brodnicy, Jabłonowa Pomorskiego i Chełmna. Sprzedawcy uczestnika udawali się tylko w te obszary, gdzie istniały możliwości techniczne przyłączenia abonentów. W trakcie kwestionowanej przez wnioskodawcę promocji uczestnik pozyskał 1978 abonentów (na terenie OT Toruń), w tym 1517 na podstawie uchwały Zarządu TP S.A. nr 17/2000 z dnia 15.12.2000 r. (1 zł +22% VAT za przyłączenie dla powracających abonentów, którzy jednokrotnie zmienili operatora). Zdaniem uczestnika, fakt iż przychody z tytułu sprzedaży usług podłączenia abonentów objętych promocją zostały zaksięgowane jako faktyczne przychody ze sprzedaży, a brak opłat za ich świadczenie w kalkulowano w koszty promocji, nie wpłynął na zmianę rentowności usługi. Uczestnik podniósł, iż rentowność poszczególnych usług liczona jest w skali całej TP S.A. bez rozbitcia na konkretne rynki.

W piśmie z dnia 27.09.2001 r. wnioskodawca sprecyzował, że przedmiotem wniosku jest promocja TP S.A. jaka miała miejsce we wrześniu i październiku 2000 r., a której podstawą była uchwała nr 17/2000 z dnia 15.02.2000 r. Zarządu TP S.A. Wnioskodawca podkreślił, że celem promocji było nakłonienie abonentów, cyt.: „którzy zrezygnowali z usług monopolisty i zdecydowali się na skorzystanie z usług innego niezależnego operatora, do powrotu do TP S.A. na konkurencyjnie korzystnych warunkach”. W ocenie wnioskodawcy, poważne wątpliwości budzi fakt zwolnienia z opłat abonamentowych do końca 2000 r. zwłaszcza w świetle ogólnopolskich podwyżek abonamentu, które uczestnik ogłosił 7 marca 2001 r. (podwyższenie abonamentu do 35 zł netto). Ponadto, ocena rentowności usług uczestnika dokonywana w skali całego kraju nie pozwoli zdaniem wnioskodawcy na wykazanie, czy prowadzone akcje promocyjne na rynku toruńskim są opłacalne dla TP S.A., czy też nie przynoszą dochodu i muszą być subsydiowane z innych źródeł. Netia przyznała, że akcje promocyjne TP S.A. prowadzone na podstawie uchwały z dnia 15.02.2002 r. nie ograniczały się do rynku toruńskiego.

W piśmie z dnia 25.03.2002 r. wnioskodawca oświadczył, iż przeprowadzenie rzetelnej oceny czy TP S.A. nadużywa pozycji dominującej na rynku jest możliwe wyłącznie w oparciu o zbadanie struktury kosztów świadczenia poszczególnych usług telekomunikacyjnych na zasadach promocyjnych.

Pismem z dnia 18.04.2002 r. uczestnik zwrócił uwagę na fakt, iż na potencjalnych abonentów pragnących ponownie korzystać z sieci TP S.A. (a tym samym z przedmiotowej promocji) nałożony został warunek terminowego uiszczenia przez okres roku opłat za usługi telekomunikacyjne świadczone przez TP S.A. w okresie poprzedzającym zmianę operatora. Podkreślił również, że w przypadku abonentów, którzy wyrazili chęć powrotu do TP S.A. koszty zostały zminimalizowane z uwagi na to, że infrastruktura telekomunikacyjna dla tych abonentów już istnieje. Ponadto, poprzez prowadzenie akcji promocyjnej uczestnik zwiększył liczbę abonentów co wpłynęło na zwiększenie przychodów. Pozwoliło to na stosowanie akcji promocyjnych bez przekraczania granicy opłacalności. Uczestnik podniósł, że Prezes Urzędu Regulacji Telekomunikacji, któremu zgodnie z ustawą z dnia 21.07.2000 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. z 2000 r. Nr 73, poz. 852 – zwana dalej Prawem telekomunikacyjnym) przedstawiono projekty promocji „Powrót za 1 zł” i „Przyłączenie za 50 zł”, nie zgłosił sprzeciwu wobec projektowanych akcji.

W piśmie z dnia 4.07.2002 r. wnioskodawca poinformował, że w świetle przepisu art. 59 ustawy z dnia 21.07.2000 r. Prawo telekomunikacyjne, TP S.A. jako podmiot uznany decyzją Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji za zajmujący pozycję dominującą w zakresie świadczenia usług powszechnych oraz w zakresie dzierżawy łączy telekomunikacyjnych, jest zobowiązana do odrębnej kalkulacji każdej z usług, w której zajmuje pozycję dominującą. Tym samym, wnioskodawca wywiódł, iż uczestnik posiada analizy struktury kosztów świadczonych przez siebie usług, a wskazywana przez Prezesa Urzędu możliwość powołania biegłego dla zbadania kalkulacji kosztów jest całkowicie niecelowa. Zdaniem wnioskodawcy, uczestnik prezentuje przed Prezesem URT stanowisko o deficytowych połączeniach lokalnych i zabiega z tego tytułu o stosowne dopłaty (ze środków operatorów niezależnych) oraz stosuje jednocześnie akcje promocyjne dodatkowo obniżające ceny usług, które nie są zdaniem TP S.A. dochodowe (wnioskodawca powołał się na Stanowisko Prezesa URT w sprawie modelu i stawek rozliczeń międzyoperatorskich zawarte w Biuletynie URT nr 4 2001 r.).

Uczestnik poinformował pismem z dnia 12.08.2002 r., że nie dysponuje kalkulacjami ekonomicznymi za okres 1.09.2000 r. – 31.10.2000 r., gdyż promocja była przeprowadzona w okresie kiedy TP S.A. nie miała obowiązku kalkulowania kosztów związanych ze świadczeniem usług powszechnych.

Pismem z dnia 18.09.2002 r. wnioskodawca faktycznie wycofał się z zarzutu dotyczącego stosowania promocyjnej opłaty za przyłączenie w wysokości 1 zł dla abonentów powracających. Określił też liczbę abonentów Netii w poszczególnych miastach:

1. Toruń 9.714;
2. Grudziądz 6.944;
3. Brodnica 2.357;
4. Jabłonowo Pomorskie 569;
5. Chełmno 909.

Pismem z dnia 16.10.2002 r. uczestnik wskazał, że podniesione przez wnioskodawcę zarzuty nie zostały poparte żadnymi dowodami. Zdaniem uczestnika kwestionowana przez wnioskodawcę oferta promocyjna „Powrót za 1 zł” w sposób zasadniczy nie różni się od akcji promocyjnych prowadzonych przez innych operatorów telefonicznych, a w niektórych elementach jest nawet mniej atrakcyjna. Uczestnik powołał się również na promocje stosowane przez wnioskodawcę, który oferował opłatę za przyłączenie do sieci w wysokości 0,82 zł netto niezależnie od tego, czy abonent powracał do sieci wnioskodawcy, czy dopiero nawiązywał z nim współpracę.

Przy piśmie z dnia 7.11.2002 r. wnioskodawca przedstawił dane dotyczące ilości posiadanych abonentów:

Ilość abonentów na dzień	Brodnica	Chełmno	Grudziądz	Jabłonowo Pomorskie	Toruń
02.01.2000	3.006	1.430	9.417	883	12.379
30.01.2000	3.028	1.445	9.446	883	12.426
27.02.2000	3.033	1.444	9.470	881	12.376
02.04.2000	3.018	1.438	9.466	873	12.436
30.04.2000	2.992	1.429	9.502	873	12.459
28.05.2000	3.011	1.427	9.536	865	12.571
02.07.2000	3.036	1.486	9.667	841	12.892
30.07.2000	2.992	1.508	9.754	826	13.268
03.09.2000	2.971	1.514	9.797	814	13.616
01.10.2000	2.786	1.455	8.946	716	13.206
29.10.2000	2.771	1.422	8.647	692	12.625

03.12.2000	2.783	1.429	8.778	683	12.542
31.12.2000	2.740	1.392	8.656	672	12.600
28.01.2001	2.727	1.376	8.619	651	12.706
25.02.2001	2.707	1.357	8.513	641	12.628
01.04.2001	2.737	1.357	8.478	635	12.487
29.04.2001	2.736	1.377	8.412	630	12.568
03.06.2001	2.736	1.348	8.301	627	12.455
01.07.2001	2.709	1.328	8.200	622	12.404
29.07.2001	2.700	1.309	8.183	620	12.345
02.09.2001	2.660	1.292	8.094	615	12.162
30.09.2001	2.611	1.243	8.007	614	12.106
28.10.2001	2.592	1.206	7.941	609	12.036
02.12.2001	2.539	1.169	7.904	600	11.841
30.12.2001	2.508	1.119	7.764	596	11.628
03.02.2002	2.473	1.097	7.681	589	11.477
03.03.2002	2.452	1.084	7.659	587	11.424
31.03.2002	2.476	1.067	7.619	585	11.460
28.04.2002	2.468	1.064	7.574	584	11.419
02.06.2002	2.453	1.046	7.558	579	11.277
30.06.2002	2.391	1.006	7.494	575	10.993
28.07.2002	2.359	986	7.431	571	10.776
01.09.2002	2.344	965	7.369	574	10.691

W pismach z dnia 30.08.2001 r. i z dnia 4.11.2002 uczestnik podał dane dotyczące ilości abonentów posiadanych w Toruniu, Brodnicy, Jabłonowie Pomorskim, Chełmnie i Grudziądzu w okresie od 1.01.2000 r. do 31.07.2001 r.:

Ilość abonentów w miesiącu	Toruń	Brodnica	Jabłonowo Pomorskie	Chełmno	Grudziądz
01.2000	71.150	6.461	276	5.833	25.905
02.2000	71.307	6.477	275	5.842	25.909
03.2000	71.561	6.508	278	5.854	25.954
04.2000	71.707	6.533	283	5.860	25.961
05.2000	71.809	6.803	289	5.807	25.972
06.2000	72.310	6.848	317	5.829	26.023
07.2000	72.247	6.915	331	5.835	26.187
08.2000	72.247	6.915	331	5.835	26.175
09.2000	73.193	7.190	430	6.016	26.806
10.2000	73.657	7.263	457	6.064	27.250
11.2000	73.936	7.314	470	6.095	27.308
12.2000	74.365	7.400	482	6.121	27.394
01.2001	74.576	7.405	500	6.109	27.364
02.2001	74.746	7.420	513	6.115	27.358
03.2001	74.742	7.449	514	6.107	27.345
04.2001	74.516	7.463	513	6.050	27.240
05.2001	74.274	7.480	511	6.057	27.047
06.2001	74.568	7.520	512	6.072	26.983
07.2001	74.598	7.550	518	6.071	26.877

W wyniku przeprowadzonego postępowania, na podstawie zgromadzonych dowodów i wyjaśnień stron, ustalono następujący stan faktyczny:

Prezes Urzędu dokonał ustaleń faktycznych dotyczących ilości abonentów posiadanych przez strony postępowania na podstawie tabel jak wyżej. Stwierdził również, że na badanych rynkach funkcjonuje dwóch operatorów (wnioskodawca na podstawie zezwolenia nr 189/97 z dnia 30.06.1997 r. – dawne województwo toruńskie i uczestnik na podstawie zezwolenia nr 1/2001/Z z dnia 28.02.2001 – terytorium RP). Na tej podstawie ustalił, iż procentowy udział w rynkach usług telefonicznych poszczególnych miast (telefonii stacjonarnej), w okresie sierpień-wrzesień-październik 2000, wynosił:

dla wnioskodawcy:

1. Toruń: 15,9%-15,3%-14,6%;
2. Grudziądz: 27,2%-25,0%-24,1%;
3. Brodnica: 30,1%-27,9%-27,6%;
4. Jabłonowo Pomorskie: 71,1%-62,5%-60,2%;
5. Chełmno: 20,6%-19,5%-19,0%;

dla uczestnika:

1. Toruń: 84,1%-84,7%-85,4% (wzrost o 1,3%);
2. Grudziądz: 72,8%-75,0%-75,9% (wzrost o 3,1%);
3. Brodnica: 69,9%-72,1%-72,4% (wzrost o 2,5%);
4. Jabłonowo Pomorskie: 28,9%-37,5%-39,8% (wzrost o 10,9%);
5. Chełmno: 79,4%-80,5%-81,0% (wzrost o 1,6%).

Prezes Urzędu uwzględnił, iż na podstawie prawomocnej decyzji Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji Nr DRT-WK-1/2001 z dnia 3.09.2001 r., uczestnik na krajowym rynku świadczenia powszechnych usług telekomunikacyjnych zajmuje pozycję dominującą w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Na podstawie danych przedstawionych przez strony postępowania ustalono, iż stosowały one w badanym okresie promocje na warunkach przedstawionych powyżej.

Na podstawie informacji przekazanych przez uczestnika ustalono, iż rentowność świadczonych przez TP S.A. usług w II półroczu 2000 r., w skali kraju przedstawia się następująco:

- podłączenie (-92%);
- abonament (-30%);
- połączenia lokalne (54%);
- wydruk billingu (20%).

W toku postępowania antymonopolowego, Prezes Urzędu przeprowadził ogólnopolskie badanie rynku usług telefonii stacjonarnej. W wyniku badania stwierdził, iż czternastu spośród badanych operatorów stosowało promocje, w których oferowano obniżoną cenę (najczęściej 1 zł netto, bądź brutto) przyłączenia do sieci dla abonentów zmieniających operatora i powracających, lecz również dla nowych abonentów nie posiadających dotychczas telefonu:

1. Przedsiębiorstwo Telekomunikacyjne „Centrala” Sp. z o.o. w Mielcu – symboliczna złotówka;
2. Przedsiębiorstwo Telekomunikacyjne RETEL S.A. w Łapach – 1 zł netto;
3. Telefony Brzeskie S.A. Grupa PTO w Brzesku – bezpłatna instalacja do sieci;
4. Telefony Rzeszowskie Teler S.A. w Mielcu – symboliczna złotówka;
5. TeleTon Telefonii Polska-Zachód Sp. z o.o. w Szczecinie – rabaty;
6. Pilicka Telefonii Sp. z o.o. w Radomiu – 1 zł netto;
7. Telekomunikacja Dębicka S.A. w Dębicy – obniżenie opłaty;
8. RST El-Net S.A. w Warszawie – 1 zł netto;

9. DIALOG Telefonía Lokalna S.A. we Wrocławiu – 1 zł;
10. Szeptel S.A. w Szepietowie – 1 zł netto;
11. Regionalne Sieci Telekomunikacyjne El-Net S.A. w Bydgoszczy – 1 zł netto;
12. Operator Telekomunikacyjny Telbeskid Sp. z o.o. w Nowym Sączu – 1 zł netto;
13. Elektrim Tv-Tel Sp. z o.o. w Kutnie – 1,3, bądź 11 zł brutto zależnie od wariantu;
14. Petrotel Sp. z o.o. Grupa ORLEN w Płocku – 1 zł netto.

Stosowane przez potencjalnych konkurentów promocje obejmowały również:

- instalację dodatkowej linii telefonicznej za symboliczną opłatą;
- zwolnienie z opłat abonamentowych na okres do 12 miesięcy (Telefony Brzeskie), bądź obniżenie wysokości abonamentu np. o 50% przez okres 12 miesięcy (DIALOG Telefonía Lokalna), bądź do 1 zł przy zmianie operatora;
- gwarancja wysokości opłaty abonamentowej;
- bezpłatny billing;
- obniżenie ceny impulsu, bezpłatne jednostki taryfikacyjne, rabat na połączenia lokalne itp.;
- obniżenie opłaty za połączenia międzymiastowe i połączenia międzynarodowe;
- bezpłatne połączenie między numerami abonenta;
- bezpłatne bądź za symboliczną odpłatnością przekazanie aparatu telefonicznego;
- rabat na ISDN do 100% (Telefony Opalenickie);
- wliczenie opłat za rozmowy do abonamentu;
- połączenie z jednym wybranym numerem gratis, bądź tańsze połączenia z wybranymi osobami;
- nielimitowany, darmowy dostęp do Internetu (do końca roku);
- bezpłatna poczta głosowa – również jako standardowa usługa;
- i inne.

Prezes Urzędu zważył co następuje:

Wszczęcie postępowania antymonopolowego i dalsze jego prowadzenie zakończone wydaniem decyzji rozstrzygającej sprawę merytorycznie, uzasadnione było istnieniem podejrzenia naruszenia przez uczestnika interesu publicznego, na straży którego zgodnie z art. 1 ust. 1 ustawy stoi Prezes Urzędu. Interes publiczny w rozpatrzeniu niniejszej sprawy ustalony został poprzez przyjęcie, iż niedopuszczalne działanie uczestnika mogło zagrozić interesom wnioskodawcy (bezpośrednio) oraz interesom szerokiego kręgu podmiotów, tj. wszystkich z góry nieokreślonych odbiorców (przedsiębiorców i konsumentów) stacjonarnych usług telefonicznych (w rozumieniu ustawy Prawo telekomunikacyjne) na rynkach miast Toruń, Grudziądz, Brodnica, Jabłonowo Pomorskie i Chełmno. Ewentualne potwierdzenie się zarzutu dążenia przez uczestnika do wyeliminowania wnioskodawcy z rynku tych miast wiązałoby się z niebezpieczeństwem zmonopolizowania rynku (uzyskania 100% udziału w rynku) przez uczestnika i stworzenia mu możliwości działania niezależnego od kontrahentów i konsumentów.

Na potrzeby niniejszego postępowania, Prezes Urzędu wyznaczył **rynki właściwe** (w rozumieniu art. 4 pkt 8 ustawy) jako rynki usług telefonicznych w miastach – odrębnie – Toruń, Grudziądz, Brodnica, Jabłonowo Pomorskie i Chełmno. Tym samym, organ antymonopolowy analizował pięć rynków geograficznych (odpowiednio punkty sentencji decyzji) oraz istniejący w ich obrębie produktowy rynek usług telefonicznych.

Ustalając pozycję stron postępowania na tak wyznaczonym rynku, Prezes Urzędu nie zbadał oferty operatorów telefonii komórkowej oraz ilości posiadanych przez nich

abonentów. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (jako Sąd Antymonopolowy) wypowiedział się w wyroku z dnia 6.11.2000 r. sygn. akt XVII Ama 8/00, iż cyt.: „Telekomunikacja komórkowa jest substytutem telekomunikacji świadczonej za pośrednictwem stacji stacjonarnych. Zatem dla ustalenia pozycji rynkowej operatora usług telekomunikacji stacjonarnej należy uwzględnić udział w rynku operatorów telefonii komórkowej”. Mając na uwadze istotę zarzutu, którą jest dotowanie działalności na lokalnych rynkach usług telefonicznych, na których Telekomunikacja Polska S.A. w Warszawie konkuruje z wnioskodawcą, przychodami z krajowego rynku powszechnych usług telekomunikacyjnych, na którym zgodnie z prawomocną decyzją Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji Nr DRT-WK-1/2001 z dnia 3.09.2001 r. posiada pozycję dominującą, Prezes Urzędu zgodnie z utrwaloną linią orzecniczą Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał, iż dominująca pozycja uczestnika na ogólnopolskim rynku telekomunikacyjnym, a tym samym posiadana siła ekonomiczna oraz możliwości technologiczne, pozwala mu na nieuczciwe kształtowanie warunków konkurencji na innych rynkach, nawet jeśli są to rynki konkurencyjne.

Należało również uwzględnić, iż fakt zajmowania pozycji dominującej przez uczestnika był bezsporny w toku postępowania. Wnioskodawca podniósł, iż udział uczestnika w rynku lokalnym wynosi 68 %, czemu uczestnik nie zaprzeczył (art. 230 kodeksu postępowania cywilnego w związku z art. 81 ustawy). Tak więc, mimo że decyzja Prezesa URT ustalająca pozycję dominującą uczestnika stała się prawomocna z dniem 18.09.2001 r., powyższe pozwoliło na przyjęcie istnienia pozycji dominującej uczestnika (art. 4 pkt 9 ustawy) bez konieczności ustalania ilości abonentów telefonii komórkowej na analizowanych lokalnych rynkach (co w przypadku telefonów komórkowych użytkowanych w systemie pre-paid byłoby znacznie utrudnione).

Dokonując oceny niniejszej sprawy, Prezes Urzędu miał na uwadze wyrok Sądu Najwyższego z dnia 26 maja 2000 r. sygn. akt I CKN 731/98, w którego uzasadnieniu Sąd zajął stanowisko, iż T. P. S.A. zajmuje pozycję uprzywilejowaną. Na rynku krajowych usług telekomunikacyjnych ma ona pozycję dominującą. Świadczy mianowicie usługi lokalne, międzymiastowe i międzynarodowe, korzysta z bogatej infrastruktury zachowując w przeszłości pozycję monopolisty, obecnie zaś jest wolna od konieczności uzyskania koncesji i stosowania procedury przetargowej. Dysponując w tych warunkach możliwością globalizacji wpływów z prowadzonej działalności usługowej, jest zdolna do subsydiowania jednych usług kosztem innych. Możliwościami takimi nie dysponuje na ogół operator lokalny, którego działalność sprowadza się do ograniczonego obszaru, a na dodatek nie może on przenieść swojej działalności na inny obszar celem zwiększenia skali świadczonych usług. Jeżeli w tych okolicznościach dominujący na rynku operator ustala opłaty taryfowe za świadczone przez siebie usługi poniżej poziomu ekonomicznego, bez uwzględnienia rzeczywiście ponoszonych kosztów i z pominięciem obiektywnych kryteriów, to w warunkach dopuszczalności konkurencji na rynku, mogą się one okazać dyskryminującymi innych operatorów.

Mając na uwadze, iż istotą zarzutu wnioskodawcy jest subsydiowanie w rozumieniu jak wyżej (spełniające przesłanki art. 8 ust. 2 pkt 1 – cena rażąco niska i art. 8 ust. 2 pkt 5 ustawy – przeciwdziałanie ukształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania bądź rozwoju konkurencji), Prezes Urzędu analizował następujące przesłanki uznania praktyki za ograniczającą konkurencję:

1. dominująca pozycja przedsiębiorcy na co najmniej jednym z rynków, a tym samym zdolność do subsydiowania jednych usług (na rynku konkurencyjnym) kosztem innych (na rynku zdominowanym);
2. ustalanie opłat za świadczone usługi bez uwzględnienia rzeczywiście ponoszonych kosztów;

3. celem ustalenia opłat na poziomie jak w pkt 2 jest eliminacja konkurentów z rynku;
4. nie dysponowanie przez lokalnego operatora, który prowadzi działalność na ograniczonym obszarze (terytorialnie i produktowo), możliwościami analogicznymi do możliwości przedsiębiorcy dominującego.

Rozpatrując powyższe przesłanki, organ antymonopolowy stwierdził, iż spełniona jest przesłanka pierwsza. Bezsprzeczne w sprawie było, iż uczestnik zajmuje dominującą pozycję na krajowym rynku świadczenia powszechnych usług telekomunikacyjnych. Dysponuje on również dużą siłą ekonomiczną (fakt notoryjny) i możliwością globalizacji wpływów z prowadzonej działalności. Ponadto, w okresie kwestionowanej akcji promocyjnej (wrzesień i październik 2000 r.) uczestnik nie był zobligowany do prowadzenia odrębnej kalkulacji kosztów dla usług, w których zajmuje pozycję dominującą (ustawa Prawo telekomunikacyjne weszła w życie w zakresie art. 59 ust. 2 z dniem 1.01.2001 r.), co stwarzało mu szerokie możliwości w tym zakresie.

Co do drugiej przesłanki, Prezes Urzędu stwierdził, iż wnioskodawca mimo spoczywającego na nim obowiązku, nie udowodnił, aby stosowana przez uczestnika w okresie od 1.09.2000 do 31.10.2000 r. na rynkach Torunia, Grudziądz, Brodnicy, Jabłonna Pomorskiego i Chełmna promocja, której istotnym elementem było obniżenie opłaty za przyłączenie do sieci TP S.A. dla klientów powracających (do 1 zł) oraz inne korzystne warunki, o których poniżej, doprowadziła do stosowania cen poniżej kosztów. Wnioskodawca odpowiedział negatywnie na zapytanie Prezesa Urzędu dotyczące zasadności powołania w sprawie biegłego księgowego w celu dokonania rzetelnej analizy kosztowej. W jego ocenie wystarczającym było oparcie się na analizach prowadzonych we własnym zakresie przez uczestnika, które jak wywiódł wnioskodawca, uczestnik obowiązany był prowadzić na podstawie art. 59 ustawy Prawo telekomunikacyjne oraz §9 rozporządzenia Ministra Łączności z dnia 9.09.1999 r. w sprawie ogólnych warunków przyłączania sieci telekomunikacyjnych oraz zasad rozliczeń (Dz.U. z 1999 r. Nr 79, poz. 897).

W piśmie z dnia 30.08.2001 r. uczestnik podał rentowność poszczególnych usług w II półroczu 2000 r. liczoną w skali całego kraju: połączenie (-92%), abonament (-30%), połączenia lokalne (54%), wydruk billingu (20%). Poinformował jednocześnie, że wysoka rentowność połączeń lokalnych pozwala na zachowanie dodatniej rentowności w skali usługi telefonicznej liczonej jako całość. W kolejnych pismach uczestnik podkreślał, że nie dysponuje kalkulacjami ekonomicznymi za okres 1.09.2000 r. – 31.10.2000 r., gdyż promocja była przeprowadzona w okresie kiedy TP S.A. nie miała obowiązku kalkulowania kosztów związanych ze świadczeniem usług powszechnych.

Prezes Urzędu stwierdził, iż art. 59 ustawy Prawo telekomunikacyjne, który wszedł w życie 1.01.2001 r., nie może stanowić podstawy dla ustalenia obowiązku uczestnika w zakresie prowadzenia kalkulacji usług powszechnych, skoro kwestionowana promocja prowadzona była w okresie wcześniejszym (wrzesień-październik 2000 r.). Podobnie §9 rozporządzenia Ministra Łączności z dnia 9.09.1999 r. w sprawie ogólnych warunków przyłączania sieci telekomunikacyjnych oraz zasad rozliczeń (Dz.U. z 1999 r. Nr 79, poz. 897), na który powoływał się wnioskodawca, gdyż stanowi on o obowiązku prowadzenia kalkulacji w zakresie rozliczeń międzyoperatorskich.

Wobec powyższego, mimo uznania za zasadne twierdzenia wnioskodawcy, iż postępowanie uczestnika jest niekonsekwentne, gdyż przed Prezesem URT prezentuje on stanowisko o deficytowych połączeniach lokalnych, natomiast w postępowaniu antymonopolowym informuje o dodatniej w skali kraju rentowności tej usługi, Prezes Urzędu uznał, iż dla wydania decyzji uznającej praktykę za ograniczającą konkurencję niewystarczające jest samo domniemanie posiadania przez uczestnika kalkulacji potwierdzających zasadność stawianych zarzutów. Konieczna jest w tym zakresie analiza

ekonomiczna wykonana z udziałem biegłego, co wnioskodawca uznał za całkowicie niecelowe.

Tym samym, Prezes Urzędu nie znalazł podstaw dla podważenia informacji uczestnika dotyczących rentowności świadczonych przez niego usług. Miał przy tym na uwadze, że nawet obecnie, stosownie do art. 59 ustawy Prawo telekomunikacyjne, uczestnik nie ma obowiązku prowadzenia odrębnej kalkulacji w odniesieniu do poszczególnych rynków lokalnych, których dotyczyło niniejsze postępowanie.

Mając na uwadze, iż kosztowe metody ustalania cen mogą być zawodne, oraz uwzględniając orzecznictwo Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który odchodzi od analizy kosztowej na rzecz bardziej obiektywnych kryteriów porównawczych z cenami stosowanymi przez potencjalnych konkurentów na innych rynkach, Prezes Urzędu przeprowadził analizę warunków oferowanych przez innych operatorów w ramach akcji promocyjnych prowadzonych na rynku usług telefonicznych. Porównując zebrane w ten sposób dane doszedł do wniosku, że oferta uczestnika nie odbiegała zasadniczo od propozycji innych operatorów.

Analizując zebrany materiał, Prezes Urzędu stwierdził, że w latach 2000 i 2001 czternastu spośród badanych operatorów (wymienionych powyżej) stosowało promocje, których istotnym elementem była obniżona opłata (najczęściej 1 zł netto, bądź brutto) za przyłączenie do sieci dla abonentów zmieniających operatora i powracających, lecz również dla nowych abonentów nie posiadających dotychczas telefonu. Tym samym, praktyka podnoszona przez wnioskodawcę jako szczególnie uciążliwa, okazała się praktyką standardowo stosowaną na rynku. Należy zwrócić uwagę, iż wnioskodawca w ramach swojej promocji oferowanej równoległe w okresie od 15.09.2000 r. do 15.12.2002 r. również proponował obniżenie opłaty instalacyjnej do 1 zł (w ramach pakietu II i pakietu III promocji „Dobry Wybór”) i kierował tę ofertę do wszystkich bez ograniczeń potencjalnych abonentów, w tym nie posiadających telefonu, co zakładało poniesienie ze strony Netii dużych nakładów finansowych na nowe przyłącza telekomunikacyjne.

Zasadny jest zgłoszony przez uczestnika argument, iż koszty przyłączenia abonentów powracających są zminimalizowane, gdyż służąca przyłączeniu infrastruktura nie jest demontowana po odejściu abonenta. Umożliwia to operatorowi obniżenie opłaty za przyłączenie (faktycznie za aktywację) do minimum.

Niska opłata za przełączenie z sieci jednego operatora do sieci innego operatora bez wątplenia stanowi warunek efektywnej konkurencji. Abonent dysponuje w tych warunkach swobodą wyboru operatora, gdyż nie jest zmuszony do wnoszenia opłaty za przyłączenie, którą już raz uścił. Wysoka opłata przyłączeniowa związałaby abonentów z siecią aktualnego usługodawcy i doprowadziła do faktycznego uniezależnienia go od konkurentów. Podobne stanowisko zajmuje Prezes Urzędu Regulacji Telekomunikacji, co wynika z przedłożonego przez uczestnika pisma z dnia 22.03.2002 r., stosownie do którego Prezes URT nie zgłosił sprzeciwu wobec projektów promocji TP S.A. „Powrót za 1 zł” i „Przyłączenie za 50 zł”.

Prezes Urzędu miał na uwadze, iż wnioskodawca faktycznie wycofał swój zarzut w zakresie obniżonej opłaty za przyłączenie. Stwierdził on bowiem (w piśmie z dnia 18.09.2002 r.), iż cyt.: „przekazanie przez TP S.A. po raz wtóry informacji, iż promocja była skierowana do byłych abonentów może co najwyżej stanowić uzasadnienie dla pobierania obniżonej jednorazowej opłaty za przyłączenie abonenta do sieci telekomunikacyjnej w wysokości 1,00 zł zamiast standardowej opłaty...”. Podtrzymał natomiast swój wniosek w zakresie pozostałych warunków promocji nie precyzując jednak dokładnie o jakie warunki chodzi. Wskazał jedynie na proponowanie klientom dodatkowych nieodpłatnych świadczeń, w tym m.in. zwolnienie abonentów z obowiązku ponoszenia opłat abonamentowych przez kilka miesięcy oraz bezpłatne rozmowy lokalne z trzema wybranymi osobami.

W ocenie Prezesa Urzędu, oferta uczestnika polegająca na zwolnieniu z opłat abonamentowych do końca 2000 r., tj. na okres od 2 do 4 miesięcy, nie nosi znamion warunku nieuczciwego (art. 8 ust. 2 pkt 1 ustawy), którego stosowanie przeciwdziała ukształtowaniu się warunków niezbędnych do rozwoju konkurencji (art. 8 ust. 2 pkt 5 ustawy). Przesądza o tym krótki okres stosowania promocji (2 miesiące) oraz krótki okres obowiązywania zwolnienia (od 2 do 4 miesięcy). W ocenie Prezesa Urzędu, kontr-propozycja wnioskodawcy dotycząca „zamrożenia” wysokości opłaty abonamentowej na promocyjnym poziomie 20 zł brutto aż do końca 2002 r., tj. na okres od 24,5 do 27,5 miesięcy (promocja „Dobry Wybór” trwała od 15.09.2000 r. do 15.12.2000 r.), jest co najmniej równie korzystna dla abonenta. Należało w tym miejscu uwzględnić, iż 1 maja 2001 r. uczestnik podwyższył abonament z 25 do 35 zł netto. Oznacza to, iż abonent, który skorzystał z promocji wnioskodawcy przez okres ponad 1,5 roku płacił abonament w wysokości dwukrotnie niższej (w ramach pakietu I) niż stawka stosowana przez uczestnika. Czasokres promocji stosowanej przez wnioskodawcę równoważy w tym przypadku zakres promocji uczestnika.

Na podstawie przeprowadzonego badania rynku usług telefonicznych w zakresie stosowanych na nim promocji, Prezes Urzędu stwierdził, iż zwolnienie z opłat abonamentowych jest często spotykaną formą zachęty dla potencjalnych abonentów. W ekstremalnych przypadkach zwolnienie obejmuje okres do 12 miesięcy (Telefony Brzeskie), a przypadki obniżenia opłaty abonamentowej o 50% przez okres od kilku do 12 miesięcy są częste. Powszechnie stosowane są również inne warunki takie jak m.in.: instalacja dodatkowej linii telefonicznej za symboliczną opłatą, gwarancja wysokości opłaty abonamentowej, bezpłatny billing, obniżenie ceny impulsu, bezpłatne jednostki taryfikacyjne, rabat na połączenia lokalne, bezpłatne bądź za symboliczną odpłatnością przekazanie aparatu telefonicznego, połączenie z jednym wybranym numerem gratis, bądź tańsze połączenia z wybranymi osobami.

Ceną nieuczciwą w rozumieniu art. 8 ust. 2 pkt 1 ustawy jest wyłącznie cena, która jest ceną rażąco niską. Samo stwierdzeniem, iż cena jest niska, jest niewystarczające dla uznania jej za skutkującą naruszeniem zakazu nadużywania pozycji dominującej na rynku. Przeprowadzone badanie rynku, które pozwala na stwierdzenie, że warunki oferowane przez uczestnika w ramach promocji we wrześniu i październiku 2000 r. są porównywalne, a w niektórych elementach nawet mniej korzystne od oferowanych na innych rynkach przez potencjalnych konkurentów, nie pozwala na uznanie ich za praktykę ograniczającą konkurencję, o której mowa w art. 8 ust. 2 pkt 1 ustawy.

Wobec nie spełnienia przesłanki, o której mowa powyżej, analiza pozostałych staje się bezprzedmiotowa. Mimo to, co do przesłanki trzeciej, Prezes Urzędu ustalił, iż we wrześniu i październiku 2000 r. wnioskodawca stracił łącznie na analizowanych rynkach 2.555 abonentów, z czego jak twierdzi 1.647 przeszło do TP S.A. Oznacza to, iż 908 abonentów zrezygnowało z usług wnioskodawcy z innych przyczyn niż promocja uczestnika. Z kolei uczestnik wzbogacił się o 3.188 nowych abonentów, z czego jak twierdzi 1.978 pozyskał w wyniku akcji promocyjnej. Co więcej, z tabel obrazujących ilość abonentów stron postępowania wynika, że liczba abonentów wnioskodawcy wykazuje tendencję spadkową nie tylko w okresie kwestionowanej akcji promocyjnej (wrzesień-październik 2000 r.), ale również w następnych miesiącach, aż do chwili obecnej: w Toruniu od maja 2001 r., w Grudziądzu od grudnia 2000 r., w Brodnicy od kwietnia 2001 r., w Jabłonowie Pomorskim od grudnia 2000 r., w Chełmnie od grudnia 2000 r. (z nielicznymi wyjątkami).

Dane te pokazują, iż promocja uczestnika odniosła skutek w postaci odebrania Netii stosunkowo niewielkiej liczby abonentów (w stosunku do łącznej ilości abonentów Netii w sierpniu 2000 r., tj. przed rozpoczęciem promocji – 28.712). Co więcej, z porównania ilości abonentów utraconych przez wnioskodawcę i pozyskanych przez uczestnika w wyniku akcji promocyjnej wynika (wbrew twierdzeniom wnioskodawcy), iż uczestnik stosował korzystne

warunki nie tylko wobec abonentów Netii, lecz również wobec abonentów nowo-przyłączanych. Skutek promocji oraz w szczególności krótki okres jej trwania przemawia za uznaniem, iż celem promocji było umocnienie pozycji uczestnika na badanych rynkach, lecz nie wyeliminowanie konkurenta z rynku. Oceny tej nie zmienia argumentacja wnioskodawcy, iż proces rozwiązywania umów jest rozciągnięty w czasie. Wobec braku szczegółowych danych w tym zakresie, Prezes Urzędu mając na uwadze, iż tendencja spadkowa trwa w zasadzie nieprzerwanie przez okres ok. 2 lat, przyjął jak wyżej.

W ocenie Prezesa Urzędu, stosowanie krótkotrwałych promocji cenowych (w analizowanym przypadku dwa miesiące) jest typowym sposobem walki konkurencyjnej i samo w sobie nie stanowi o stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej (art. 8 ust. 2 pkt 1 i pkt 5 ustawy). Przedsiębiorca ma prawo do krótkotrwałej rezygnacji z marży zysku, a nawet do sprzedaży towarów lub usług poniżej kosztów, jeśli nie utrudnia to innym przedsiębiorcom dostępu do rynku (nie przeciwdziała rozwojowi konkurencji). Tym samym, analiza rentowności musi uwzględniać zarówno rozmiar, jak i czasokres bonifikat cenowych udzielanych przez przedsiębiorcę. Dobrowolne (nie będące skutkiem ingerencji Prezesa Urzędu) zakończenie promocji przed wystąpieniem skutku w postaci wyeliminowania, bądź istotnego osłabienia wnioskodawcy przemawia niewątpliwie za uznaniem, iż celem kwestionowanego działania TP S.A. nie było wyeliminowanie Netii.

Prezes Urzędu nie badał w toku postępowania przyczyn, dla których wnioskodawca tracił rynek na rzecz uczestnika w okresie następującym po październiku 2000 r. Zgromadzony w sprawie materiał dowodowy nie pozwala jednak na stwierdzenie, iż był to skutek stosowanej przez uczestnika promocji.

Wobec powyższego, na podstawie art. 11 ust. 1 w związku z art. 8 ust. 2 pkt 1 i art. 8 ust. 2 pkt 5 ustawy, należało orzec o nie stwierdzeniu stosowania przez uczestnika praktyki ograniczającej konkurencję, o której mowa w pkt I, pkt II, pkt III, pkt IV i pkt V sentencji decyzji.

Od decyzji niniejszej przysługuje stronom odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia doręczenia decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Odwołanie należy przesłać na adres Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura w Bydgoszczy.

Otrzymują:

1. Zarząd
Netia Telekom Toruń S.A.
ul. Poleczki 13
02-822 Warszawa
2. Arwid Mednis
radca prawny
Wierzbowski i Wspólnicy
Spółka komandytowa
ul. Nowogrodzka 68
02-014 Warszawa
3. a/a