



**PREZES
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW**

DELEGATURA W BYDGOSZCZY

ul. Długa 47,85-034 Bydgoszcz
Tel. 52 345-56-44, Fax 52 345-56-17
E-mail: bydgoszcz@uokik.gov.pl

Bydgoszcz, dnia 19 grudnia 2014 r.

Znak: RBG-61-15/14/KL

DECYZJA NR RBG - 40/2014

- I.** Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania Telekomunikacji Miejskiej S.A. z siedzibą w Ostrołęce, polegające na:

1.

- A.** nedoręczaniu konsumentom przed zawarciem umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych wzoru odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, wbrew obowiązkowi wynikającemu z art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r. poz. 1225);
- B.** zawieraniu z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych na czas określony z początkowym okresem obowiązywania umowy powyżej 24 miesięcy, wbrew regulacjom art. 56 ust. 4a ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (tj. Dz. U. z 2014 r. poz. 243);
- C.** uniemożliwianiu konsumentom zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych na okres nie dłuższy niż 12 miesięcy, wbrew uregulowaniom art. 56 ust. 4b ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (tj. Dz. U. z 2014 r. poz. 243);
- D.** nedoręczaniu konsumentom pełnego cennika usług telekomunikacyjnych w momencie zawierania przez nich w formie pisemnej Umowy o świadczeniu usługi telekomunikacyjnej, wbrew art. 61 ust. 4 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (tj. Dz. U. z 2014 r. poz. 243);

- E. bezprawnym działaniu poprzez uzależnianie zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych od jednoczesnego wyrażenia przez konsumenta zgody na przesyłanie informacji handlowych drogą elektroniczną, wbrew uregulowaniom z art. 10 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. z 2013 r. Nr 1422),

co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów **i stwierdza się zaniechanie ich stosowania w dniu 26 maja 2014 r.**

2. wprowadzaniu konsumentów w błąd:

- A. w zakresie tożsamości przedsiębiorcy, z którym konsumenci zawierają umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych poprzez sugerowanie, że oferta kierowana do nich pochodzi od innego podmiotu niż ten, z którym faktycznie mogą zawrzeć umowę na oferowanych warunkach, które to działanie wyczerpuje znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 5 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 1 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206);
- B. w zakresie początkowego terminu, od którego należy liczyć wartość opłaty wyrównawczej poprzez wskazanie, że jest to termin zawarcia umowy i jednocześnie aktywacji usługi, a terminy te nie są tożsame, które to działanie wyczerpuje znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 5 ust. 1 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206),

co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów **i stwierdza się zaniechanie ich stosowania w dniu 26 maja 2014 r.**

- II. 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.) oraz stosownie do art. 33 ust. 6 tej ustawy po przeprowadzeniu postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

nakłada się na Telekomunikację Miejską S.A. z siedzibą w Ostrołęce karę pieniężną w wysokości:

1. **4.374 zł** (słownie: cztery tysiące trzysta siedemdziesiąt cztery złote), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) w zakresie opisanym w punkcie I.1 sentencji niniejszej decyzji;
2. **4.999 zł** (słownie: cztery tysiące dziewięćset dziewięćdziesiąt dziewięć złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3

ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) w zakresie opisanym w punkcie I.2.A. sentencji niniejszej decyzji.

3. **486 zł** (słownie: czterysta osiemdziesiąt sześć złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) w zakresie opisanym w punkcie I.2.B. sentencji niniejszej decyzji.

III. Na podstawie art. 77 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) w związku z art. 80 tej ustawy oraz stosownie do art. 33 ust. 6 ww. ustawy, a także na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tj. Dz. U. 2013 r. poz. 267 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

obciąża się Telekomunikację Miejską S.A. z siedzibą w Ostrołęce kosztami postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w zakresie wskazanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji, w kwocie **85,50 zł** (słownie: osiemdziesiąt pięć złotych 50/100) i zobowiązuje się Telekomunikację Miejską S.A. z siedzibą w Ostrołęce do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: **Prezes UOKiK** lub **organ ochrony konsumentów**) przeprowadził postępowanie wyjaśniające, mające na celu wstępne ustalenie, czy wzorce umowne stosowane przez Telekomunikację Miejską S.A. z siedzibą w Ostrołęce (dalej: **Telekomunikacja Miejska, przedsiębiorca** lub **Spółka**) zawierają niedozwolone postanowienia umowne, a co za tym idzie, czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów, uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach, tj. art. 479³⁸ §1 i art. 479³⁹ k.p.c. w związku z art. 385¹-385³ k.c. oraz mające na celu wstępne ustalenie, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowań w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W toku tego postępowania Prezes UOKiK przeprowadził analizę wzorców umów nadesłanych przez Spółkę, czyli Regulamin świadczenia usług z dnia 7 maja 2012 r. (dalej także: **Regulamin z maja 2012 r.**), Regulamin świadczenia usług z dnia 21 czerwca 2013 r. (dalej także: **Regulamin z czerwca 2013 r.**), Umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z dnia 1 stycznia 2013 r. (dalej także: **Umowa**), a także Cenniki świadczenia usług w formie podstawowej oraz rozszerzonej. Ponadto organ ochrony konsumentów wezwał Spółkę do udzielenia szeregu odpowiedzi na pytania odnoszące się do zakresu prowadzonej działalności w związku z zawieraniem umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

W wyniku przeprowadzonego postępowania wyjaśniającego, Prezes UOKiK wszczął z urzędu – postanowieniem Nr RBG-82/2014 z dnia 5 marca 2014 r. – postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wskazanych w sentencji niniejszej decyzji. W toku niniejszego postępowania Prezes UOKiK

pismem z dnia 5 marca 2014 r. wezwał przedsiębiorcę do ustosunkowania się do przedstawionych zarzutów.

W piśmie z dnia 31 marca 2014 r. Spółka ustosunkowała się do przedmiotowych zarzutów.

W zakresie zarzutu określonego w pkt I.1.A. Telekomunikacja Miejska wskazała, że z okoliczności sprawy wynika jednoznacznie, że Spółka informuje konsumentów o możliwości odstąpienia od umowy w trybie art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tj. Dz. U. z 2012 r. poz. 1225) – dalej: **u.o.n.p.k** - oraz otrzymują oni oświadczenie o odstąpieniu od umowy. Konsumenti – jak zapewnia przedsiębiorca – kwitują odbiór stosownego oświadczenia o odstąpieniu. Spółka zauważa, że przy ocenie sprawy - biorąc pod uwagę w miarę świadomego konsumenta - trudno dojść do wniosku, że otrzymując informację o przysługującym mu prawie do odstąpienia od umowy oraz kwitując otrzymanie stosownego oświadczenia świadomy konsument jest wprowadzany w błąd i może rzeczywiście nie otrzymywać tego oświadczenia. Telekomunikacja Miejska nie wyklucza jednakże, że mogły mieć miejsce pojedyncze przypadki, kiedy faktycznie konsument takiego oświadczenia nie otrzymał. Nie można – jej zdaniem - stwierdzić, że jest to praktyka świadoma i prowadzona na szerszą skalę. Spółka wskazuje, że wyniki ankiety przeprowadzonej przez Prezesa UOKiK mogą być nieprecyzyjne z dwóch powodów: z uwagi na niedozwoloną praktykę „winning back” stosowaną przez dużych operatorów, którzy nakłaniają konsumentów konkurencji do określonych zachowań w celu przejścia ich z powrotem (m.in. instruują konsumentów, jak rozwiązać umowę z operatorem alternatywnym powołując się na błąd lub brak informacji o prawie do odstąpienia od umowy) oraz faktu, że ogromna większość konsumentów nie przechowuje dokumentów, gubi je oraz nie pamięta, w jakich okolicznościach doszło do zawarcia umowy. Przedsiębiorca zauważa ponadto, że wynik ankiety nie był jednoznacznie niekorzystny dla niej. Spółka wyraziła wolę wdrożenia takich mechanizmów, które pozwolą uniknąć ww. sytuacji w przyszłości.

Odnosząc się do argumentacji przytoczonej w uzasadnieniu zarzutu z pkt I.1.B Spółka zauważyła, że postanowienia umowy dotyczące okresu jej trwania nie miały na celu uszczuplenia interesów konsumentów, ale ułatwienie rozliczeń. W jej ocenie przepis art. 56 ust. 4a ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (tj. Dz. U. z 2014 r. poz. 243) – dalej: u.p.t. - nie przesądza, jak należy liczyć termin początkowy. W ocenie przedsiębiorcy, interpretacja zarówno Prezesa UKE, jak i Prezesa UOKiK jest jedną z możliwych, ale nie jedyną. Przepis ten jest bowiem w swoim literalnym brzmieniu nieprecyzyjny - nie określa momentu początkowego, od którego należy liczyć okres 24 miesięcy. W przepisie tym – zdaniem Spółki - brakuje zakończenia „24 miesiące od daty zawarcia umowy”, tym samym dopóki nie nastąpią zmiany legislacyjne, przedsiębiorcy nie powinni ponosić negatywnych konsekwencji wynikających z niejasnych przepisów.

W zakresie pkt I.1.C. przedsiębiorca potwierdził, że nie posiada oferty zawierania umów na okres 12 miesięcy.

Przy analizie pkt I.1.D. Telekomunikacja Miejska potwierdziła, że powinna doręczać konsumentom jeden cennik świadczonych usług, ale jednocześnie zauważyła, że w okolicznościach sprawy naruszenie w ten sposób interesów konsumentów uwzględniając, że otrzymują oni cennik skrócony, który jednak zawiera niemal wszystkie najważniejsze

informacje o cenach, jest czysto hipotetyczne. Co więcej, cenniki usług telekomunikacyjnych są długie i nieczytelne. Nie jest wykluczone – jak wskazuje Spółka – że stosowana przez nią praktyka miała nawet lepszy faktycznie skutek – cennik był bowiem bardziej „przyswajalny” przez abonenta niż pełne cenniki stosowane u innych operatorów. W ocenie przedsiębiorcy, aby określona praktyka naruszała zbiorowe interesy konsumentów musi realnie negatywnie wpływać na ich interesy, co w niniejszej sprawie nie miało miejsca.

Z kolei ustosunkowując się do zarzutu wskazanego w pkt I.1.E. przedsiębiorca zauważył, że z przesłanego do organu ochrony konsumentów wzoru, na którym zostały domyślnie zaznaczone pozycje w pustych polach nie można wywnioskować, że konsument otrzymuje wypełnioną w taki sposób umowę do podpisania, a co za tym idzie zgoda na przesyłanie np. informacji handlowych jest domyślna, a nie świadoma. W ocenie Spółki, niefortunnie przesłano do Prezesa UOKiK wzór posiadający zaznaczone pola, co miało tylko i wyłącznie obrazować, jak są one wypełniane. Zdaniem przedsiębiorcy konsument otrzymuje umowę, na której te pola nie są zaznaczone. Telekomunikacja Miejska poinformowała również, że w ten sposób uzyskana zgoda abonenta nigdy nie była i nie będzie wykorzystywana w praktyce. Do Spółki nie dotarła nigdy żadna skarga dotycząca tej kwestii.

Przedsiębiorca nie zgadza się również z zarzutem wskazanym w pkt I.2.A, gdyż – w jego ocenie – nie wprowadza w błąd swoich klientów co do tożsamości operatora. W ocenie Spółki charakter pism kierowanych do abonentów, logo firmy czy też skrypt przeznaczony dla pracowników *call center*, gdzie podkreśla się, że Telekomunikacja Miejska jest operatorem alternatywnym – świadczą o braku możliwości wprowadzenia konsumentów w błąd. Zdaniem Spółki, świadomy konsument nie może pomylić jej z żadnym innym podmiotem, jednocześnie zaznaczając, że część abonentów może mieć skojarzenia np. z TP SA (dotyczy to zwłaszcza osób starszych), a część osób z czasem może zapomnieć jak dokładnie nazywa się firma, która świadczy usługi (tym bardziej, że w modelu świadczenia usług opartym o WLR łącze pozostaje własnością TP SA). Zdaniem przedsiębiorcy, takie działanie w dłuższym okresie czasu będzie nieskuteczne i powoduje, że operator nigdy nie zbuduje własnej marki. Jeśli działalność ma być prowadzona w dłuższej perspektywie czasu i dalej rozwijana konieczne jest – w ocenie Spółki - odróżnienie się od innych podmiotów na rynku. Telekomunikacja Miejska wyraziła ponadto zdziwienie, jakoby jej abonenci mylili ją z akurat z TP S.A., skoro firma ta od dawna nie istnieje, a jedyny kontakt telefoniczny i „papierowy” jest z Orange Polska S.A., której to nazwa nie jest w żaden sposób tożsama. Przedsiębiorca wskazuje również na sytuację kurierów, którym Spółka pokrywa koszty samochodu służbowego, noclegów itd. Jeżeli klienci wycofywaliby się z zawartych umów lub też nie podpisywali w ogóle umowy, to byłoby to działanie nieefektywne, które prowadziłoby do strat finansowych. Spółka zauważyła również, iż ewentualne skargi na nią mogą wynikać z praktyki stosowanej przez konkurencję („winning back”), która ma na celu nakłanianie abonentów do zrywania umów pod pretekstem błędu co do tożsamości strony umowy.

Odnosnie zarzutu z pkt I.2.B. przedsiębiorca oświadczył, że zmieni kwestionowany zapis umowy dotyczący początkowego okresu trwania umowy.

Spółka wniosła jednocześnie o przeprowadzenie rozprawy administracyjnej (na podstawie art. 86 k.p.a. w zw. z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) – dalej: **u.o.k.i.k**) i przesłuchanie dwóch świadków oraz strony na okoliczność doręczania konsumentom oświadczeń o możliwości odstąpienia od umowy oraz na okoliczność funkcjonowania w Telekomunikacji Miejskiej

procedur i praktyk, które wykluczają możliwość wprowadzenia konsumentów w błąd co do tożsamości stron umowy. Przedsiębiorca wniósł również o zawarcie ugody w trybie art. 102 u.o.k.i.k.

Postanowieniem nr RBG-118/2014 z dnia 5 maja 2014 r. Prezes UOKiK postanowił dopuścić dowód z przesłuchania świadków wskazanych przez stronę postępowania, a także trzech innych osób (również w charakterze świadka). Do przesłuchania powyższych osób doszło na rozprawie administracyjnej przeprowadzonej w dniu 27 maja 2014 r. w siedzibie Delegatury UOKiK w Bydgoszczy.

Pismem z dnia 3 lipca 2014 r. Telekomunikacja Miejska złożyła wniosek o wydanie decyzji w trybie art. 28 u.o.k.i.k., przedstawiając jednocześnie treść proponowanego zobowiązania. W piśmie z dnia 16 lipca 2014 r. organ ochrony konsumentów skierował do przedsiębiorcy pytania, którego celem miało być ustalenie, czy doszło do zaniechania stosowania praktyk przez Spółkę. W odpowiedzi z dnia 4 sierpnia 2014 r. przedsiębiorca udzielił żadnych informacji. Pismo Prezesa UOKiK z dnia 31 października 2014 r. dotyczące ustalenia okoliczności wznowienia procesu sprzedażowego nie zostało przeze przedsiębiorcę odebrane. W dniu 20 listopada 2014 r. organ ochrony konsumentów otrzymał od Spółki wiadomość przesłaną w formie elektronicznej ze wskazaniem jej nowego adresu do doręczeń.

Prezes UOKiK zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy (pismo z dnia 26 listopada 2014 r.). W dniu 5 grudnia 2014 r. przedstawiciel Telekomunikacji Miejskiej zapoznał się z aktami sprawy, a pismem z dnia 12 grudnia 2014 r. Spółka złożyła końcowe stanowisko w sprawie, w tym udzieliła wyjaśnień związanych z zaniechaniem stosowania zarzuczanych jej praktyk.

Prezes UOKiK ustalił następujący stan faktyczny:

Na podstawie zebranych w toku postępowania dokumentów organ ochrony konsumentów ustalił, iż Telekomunikacja Miejska S.A. z siedzibą w Ostrołęce jest wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000417716, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, Wydział XII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego. Przedmiotem działalności Spółki jest m.in. świadczenie usług telekomunikacyjnych (PKD 61).

Spółka rozpoczęła działalność 2 kwietnia 2012 roku. W związku z tą działalnością, Telekomunikacja Miejska zawierała z konsumentami umowy na podstawie następujących wzorców umownych:

- Regulamin świadczenia usług z dnia 7 maja 2012 r.;
- Regulamin świadczenia usług z dnia 21 czerwca 2013 r.;
- Umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z dnia 1 stycznia 2013 r.

Do Prezesa UOKiK wpłynęło 7 skarg konsumentów na niedozwolone praktyki stosowane przez Spółkę. Dotyczyły one przede wszystkim kwestii związanych z nieujawnianiem podczas rozmowy telefonicznej rzeczywistej tożsamości oferenta, jak również niewręczaniem wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Organ ochrony konsumentów przeprowadził również ankietę wśród losowo wybranych 30 klientów Telekomunikacji Miejskiej, którym zadał pytania dotyczące zawierania oraz rozwiązywania umowy z ww. Spółką. Ankietę rozesłano do 30 osób. 18 osób odesłało ankietę, z czego 1 osoba nie podpisywała osobiście umowy i przekazała opinię swojej matki (nie wzięto tej ankiety pod uwagę przy opracowaniu wyników). 3 listy zostały zwrócone jako nieodebrane w terminie. Ostatecznie do opracowania wyników uwzględniono odpowiedzi konsumentów z 17 ankiet przesłanych do Prezesa UOKiK.

Prezes UOKiK wystąpił również do Telekomunikacji Polskiej S.A. (obecnie Orange Polska S.A.) o przedłożenie skarg konsumentów związanych z wprowadzaniem w błąd w zakresie tożsamości przedsiębiorcy, który oferuje zawarcie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. W wyniku odpowiedzi udzielonej przez Telekomunikację Polską S.A., Prezes UOKiK otrzymał 40 skarg lub zgłoszeń od konsumentów, 11 interwencji rzeczników konsumentów oraz 2 wystąpienia Urzędu Komunikacji Elektronicznej, które zostały przesłane do Telekomunikacji Polskiej S.A. w 2012 oraz 2013 roku.

W dniu 27 maja 2014 r. odbyła się rozprawa administracyjna w siedzibie Delegatury UOKiK w Bydgoszczy, w wyniku której zostali przesłuchani następujący świadkowie: Tomasz D. (były kurier w Spółce), Paulina J. (pracownik Spółki), Beata R. (były pełnomocnik Spółki do podpisywania umów z konsumentami), Monika J. (pracownik Spółki).

W sprawie praktyki zakwestionowanej w punkcie I.1.A sentencji decyzji ocenie poddano treść dokumentów przesłanych przez przedsiębiorcę wraz z pismami z dnia 2 marca 2013 r. oraz z dnia 9 października 2013 r. Spółka została zobowiązana do przedstawienia wszystkich dokumentów, które doręczane są konsumentom w dniu zawarcia umowy i dwukrotnie przedstawiała pełną dokumentację, bez wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy (k. 18, 230, 293). Uwzględniono również odpowiedzi przesłane w ankiecie przez konsumentów, w których to 12 ankietowanych osób wskazało, że nie otrzymało takiego wzoru (k. 161-224). Prezes UOKiK wziął również pod uwagę zeznania złożone przez świadka Tomasza D. na rozprawie administracyjnej, w ramach których wskazał, że „*Nie otrzymywałem dla konsumentów żadnego formularza odstąpienia od umowy, który mógłbym im dać*” (k. 555), a także treść skarg konsumentów, które wpłynęły do Prezesa UOKiK i znajdują się w aktach sprawy (k. 10, 77, 387).

Odnośnie praktyki wskazanej w punkcie I.1.B sentencji decyzji analizowano dwa postanowienia umowne:

Niniejsza Umowa zostaje zawarta na czas określony 24 miesięcy, od daty aktywacji usług.
(pkt 5 Umowy)

Operator zobowiązuje się do rozpoczęcia świadczenia usług, będących przedmiotem niniejszej Umowy, na rzecz Abonenta, nie później niż w ciągu sześciu okresów rozliczeniowych, od daty zawarcia Umowy
(pkt 4 Umowy)

Przy badaniu praktyki określonej w zarzucie z punktu I.1.C. sentencji decyzji analizie podano postanowienie o treści:

„Niniejsza Umowa zostaje zawarta na czas określony 24 miesiące, od daty aktywacji usług”
(pkt 5 Umowy)

W zakresie praktyki z punktu I.1.D. Prezes UOKiK miał na względzie odpowiedzi udzielone przez przedsiębiorcę w piśmie z dnia 2 marca 2013 r., w których przyznał się do stosowania dwóch cenników i wręczania konsumentom jedynie ich podstawowej wersji, a także treść cenników przedłożonych przez Spółkę w toku postępowania. Telekomunikacja Miejska posiadała dwa cenniki: podstawowy i rozszerzony. Konsumentom udostępniana była jedynie wersja podstawowa, a z rozszerzoną mogli się oni zapoznać na stronie internetowej przedsiębiorcy.

Przy rozważeniu zasadności bezprawności praktyki określonej w pkt I.1.E. uwzględniono zarówno wzorzec Umowy stosowany przez Spółkę, jak również treść przykładowych, wypełnionych umów. We wszystkich tych przypadkach zgoda konsumenta na przesyłanie informacji handlowych była naniesiona komputerowo (w formie X).

W sprawie praktyki zakwestionowanej w punkcie I.2.A sentencji decyzji ocenie poddano treść licznych skarg konsumentów znajdujących się w aktach sprawy (k. 61, 76, 125, 129, 336, 371, 375, 391, 406, 414, 416, 422, 423, 436, 439, 444, 467, 472).

Oto przykładowe skargi kierowane przez konsumentów:

„(...) a także zostałem wprowadzony w błąd co do treści samej czynności prawnej, ponieważ w chwili przedstawienia mi propozycji zawarcia oferty przez Państwa przedstawiciela zostało mi zasugerowane że działacie Państwo w imieniu mojego dotychczasowego operatora telekomunikacyjnego, tj. Telekomunikacji Polskiej S.A. (...)”
(k. 126)

„(...) Już złożyłam pismo o odstąpienie od umowy takowej Telekom. Miejskiej ponieważ wprowadzono mnie w błąd, osobę podeszłą wiekiem, że to „orange” obniża opłaty (...)”
(k. 371)

„(...) Podczas rozmowy na infolinii przedstawiciel Telekomunikacji Miejskiej oferując opłaty niższe za usługi telekomunikacyjne przedstawił się jako pracownik sieci Orange (...)”
(k. 375)

„(...) Składając telefoniczne oświadczenie woli, myślałem, że przedłużam umowę z Państwa firmą (...)” (k. 391)

„(...) Z przykrością muszę stwierdzić, że byłam łatwowierna i dałam się nabrać na telefoniczne zapewnienia, że upewniłam się, że rozmawiam z Telekomunikacją Polską. Przesłali kuriera w celu podpisania, jak twierdzili, zniżki. Okazało się, po odłączeniu linii i przysłaniu faktury, że to jest Telekomunikacja Miejska Ostrołęka. Ponieważ jako 87-latka potrzebuję telefonu musiałam wysłać zp. Fakturę, nie mam już siły walczyć (...)” (k. 406)

„W związku z wprowadzeniem mnie w błąd przez konsultantkę Telekomunikacji Miejskiej, która podawała się za pracownika Telekomunikacji, proponując obniżenie abonamentu za telefon stacjonarny (...)” (k. 414)

Uwzględniono również odpowiedzi przesłane w ankiecie przez konsumentów, w których to 16 ankietowanych osób wskazało, że nie otrzymało takiego wzoru (k. 161-224)

Odnośnie praktyki wskazanej w punkcie I.2.B sentencji decyzji przeanalizowano następujące postanowienia umowne:

„W przypadku rozwiązania Umowy zawartej na czas oznaczony przez Abonenta lub przez Operatora z winy Abonenta przed upływem terminu, na jaki Umowa została zawarta, Operatorowi przysługuje uprawnienie do naliczenia Opłaty wyrównawczej nie przekraczającej wysokości ulg przyznanych Abonentowi w związku z zawarciem (aktywacją) Umowy, pomniejszonych o proporcjonalną ich wartość za okres odpowiednio od dnia zawarcia (aktywacji) Umowy do dnia jej rozwiązania. Ulga związana jest z zawarciem (aktywacją) Umowy przyznana jest w dniu zawarcia Umowy. W przypadku ulgi przeznanej w związku z zawarciem Umowy, przyznana ulga to różnica pomiędzy opłatą aktywacyjną przewidzianą w Cenniku dla umowy zawartej na czas nieoznaczony a opłatą aktywacyjną przewidzianą w Cenniku dla umowy zawartej na czas oznaczony dla wybranej taryfy”.

(§ 8 pkt 2 Regulamin świadczenia usług z maja 2012 r.)

W Regulaminie z czerwca 2013 r. Spółka do powyższego postanowienia dodała sformułowanie *„Roszczenie nie przysługuje w przypadku rozwiązania przez Konsumenta Umowy przed rozpoczęciem świadczenia Usługi, chyba, że przedmiotem ulgi jest telekomunikacyjne urządzenie końcowe”*, a całe postanowienie znalazło się w § 9 pkt 4 ww. Regulaminu.

„Niniejsza Umowa zostaje zawarta na czas określony 24 miesięcy, od daty aktywacji usług.”

(pkt 5 Umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych)

„Operator zobowiązuje się do rozpoczęcia świadczenia usług, będących przedmiotem niniejszej Umowy, na rzecz Abonenta, nie później niż w ciągu sześciu okresów rozliczeniowych, od daty zawarcia Umowy.”

(pkt 4 Umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych)

Z akt sprawy można wywnioskować, że przedsiębiorca stosował praktyki określone w I.1.B oraz I.1.C od 21 stycznia 2013 r., a pozostałe od maja 2012 roku.

Spółka w toku postępowania poinformowała, że proces sprzedaży został wstrzymany w dniu 26 maja 2014 roku i wtedy zawarto ostatnią umowę na podstawie analizowanych w postępowaniu wzorców umów. W dniu 31 lipca 2014 r. Spółka zatwierdziła nowy wzorzec umowy stosowany w obrocie konsumenckim, który eliminuje nieprawidłowości kwestionowane w niniejszej decyzji. Ponadto zmianie uległ również skrypt dotyczący rozmów przeprowadzanych z konsumentami, a także wprowadzono wzorzec oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Prezes UOKiK ustalił nadto na podstawie przedłożonych przez Spółkę dokumentów finansowych (CIT-8), że przychód Spółki wyniósł w 2013 roku zł.

Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes UOKiK zważył, co następuje:

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy u.o.k.i.k jest uprzednie zbadanie przez organ ochrony konsumentów, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło, pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców

i konsumentów. Zdaniem organu ochrony konsumentów, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub będą klientami skarżonego przedsiębiorcy. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa UOKiK działań przewidzianych w u.o.k.i.k.

I.

Przepis art. 24 ust. 1 tejże ustawy stanowi, iż „*Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*”, natomiast art. 24 ust. 2 określa, iż „*Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy, w szczególności: 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego; 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji*”.

Oceny, czy w danym przypadku mamy do czynienia z praktyką określoną w wyżej wymienionym przepisie należy dokonać na podstawie ustalenia łącznego spełnienia trzech przesłanek, którymi są:

- **działania przedsiębiorcy,**
- **bezprawność tych działań,**
- **naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.**

Działanie przedsiębiorcy

Zgodnie z przepisem art. 4 pkt 1 u.o.k.i.k., ilekroć w ustawie tej jest mowa o przedsiębiorcy, pojmuje się przez to w pierwszej kolejności przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tj. tekst jednolity: Dz. U. z 2013r., poz. 672, ze zm.). Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły. Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 tej ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą.

Mając powyższe na uwadze uznać należy, iż Telekomunikacja Miejska - prowadząc działalność gospodarczą jako osoba prawna - jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 u.o.k.i.k. Tym samym jego działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Bezprawność działań i naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

1.

Bezprawność w rozumieniu art. 24 ust. 1 polega na zachowaniu przedsiębiorcy - w postaci działania, jak również zaniechania - które jest sprzeczne z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym, a więc zarówno z normami prawnymi, jak również z zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. Bezprawność jest przy tym

obiektywnym czynnikiem, a więc niezależna jest od winy i jej stopnia, jak również bez znaczenia jest świadomość istnienia naruszeń lub wystąpienia szkody.

A.

W ocenie organu ochrony konsumentów, Telekomunikacja Miejska nie doręczała konsumentom przed zawarciem umowy o świadczeniu usług telekomunikacyjnych wzoru odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa wbrew obowiązкови wynikającemu z art. 3 ust. 1 u.o.n.p.k. Zgodnie z tym przepisem *„Kto zawiera z konsumentem umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, powinien przed jej zawarciem poinformować konsumenta na piśmie o prawie odstąpienia od umowy w terminie, o którym mowa w art. 2 ust. 1, i wręczyć wzór oświadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem swojego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresem zamieszkania (siedziby); obowiązany jest także wręczyć konsumentowi pisemne potwierdzenie zawarcia umowy, stwierdzające jej datę i rodzaj oraz przedmiot świadczenia i cenę”*.

Z ustaleń poczynionych w toku postępowania wynika, że Spółka nie przedstawiała konsumentom wzoru odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorcy. Świadczy o tym kilka okoliczności, w tym między innymi dokument przedłożony przez Telekomunikację Miejską wraz z pismem z dnia 2 marca 2013 r. o nazwie „Oświadczenie Abonenta” (dalej: Oświadczenie). Przedmiotowy dokument zawiera dziewięć oświadczeń, które zobowiązany jest podpisać konsument zawierający ze Spółką umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych. W pkt 6 tego Oświadczenia wskazane jest, że konsumentowi przysługuje prawo do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny w terminie 10 dni od zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa. Brak jest jednak informacji o wręczeniu przez Spółkę, czy też otrzymaniu takiego oświadczenia przez konsumenta. Z pozostałych akt sprawy nie wynika również, aby konsument poświadczal otrzymanie od przedsiębiorcy ww. wzorca oświadczenia.

Ponadto należy zauważyć, iż Prezes UOKiK w piśmie z dnia 22 lutego 2013 r. wezwał Spółkę do przedłożenia wszystkich wzorców umownych wraz z załącznikami do nich, które są stosowane przez przedsiębiorcę przy zawieraniu z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Telekomunikacja Miejska w odpowiedzi z dnia 2 marca 2013 r. przedłożyła wymagane dokumenty, niemniej jednak nie było w nich wzoru oświadczenia o odstąpieniu konsumenta od umowy. Na uwagę zasługuje fakt, iż organ ochrony konsumentów w piśmie z dnia 3 października 2013 r. wezwał Spółkę do przedłożenia po 10 umów oraz wszystkich dokumentów, jakie otrzymali konsumenci zawierający umowy w styczniu, kwietniu oraz lipcu 2013 r. Spółka wraz z pismem z dnia 9 października 2013 r. przedłożyła 30 umów, niemniej jednak brak jest wśród nich wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Na powyższą praktykę przedsiębiorcy zwracali uwagę również konsumenci oraz rzecznicy konsumentów w pismach kierowanych do Prezesa UOKiK. Dla przykładu:

- pismo Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Siemiatyczach: *„Piszecie Państwo w piśmie: że konsument miał prawo odstąpić od umowy w ciągu 10 dni, i z tego nie skorzystał. Ale nie dopełniliście Państwo obowiązku wręczenia Konsumentowi na piśmie wzoru oświadczenia odstąpienia od umowy (...)”*. (k. 77)

- pismo Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Toruniu: *„Operator nakłada na Konsumenta karę za niedotrzymanie warunków ustawy i Regulaminu w części dotyczącej terminu odstąpienia od umowy, również ze swojej stronie nie dotrzymał warunków określonych w art. 3 ust. 1 ww. ustawy. (...) Faktycznie Operator wręczył Regulamin i umowę o świadczenie usług, niemniej zaniechał wręczenia wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy”*. (k. 10)

Ponadto Prezes UOKiK przeprowadził ankietę wśród losowej grupy konsumentów, którzy byli (lub też nadal są) klientami Telekomunikacji Miejskiej. Odpowiedzi przez nich udzielone jednoznacznie wskazują, iż Spółka nie przekazywała konsumentom żadnego wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Aż 12 konsumentów (na 17 prawidłowo wypełnionych ankiet) wskazało, iż nie otrzymało takiego wzoru. Należy jednak zauważyć, że 2 konsumentów nie mogło jednoznacznie wskazać, czy taki wzorzec otrzymali, gdyż nie pamiętają tej sytuacji. Z kolei 2 osoby nie udzieliły żadnej odpowiedzi, a tylko jedna osoba wskazała, że taki wzór otrzymała, ale jednocześnie z dokumentów przez nią przedłożonych nie wynika, aby taki dokument posiadała.

Na stosowanie zarzucanej praktyki wskazywały również zeznania świadka Tomasza D., który był jednym z kilku kurierów doręczających konsumentom umowy Spółki do podpisu. Podczas przesłuchania w ramach rozprawy administracyjnej oświadczył: „*Nie otrzymywałem dla konsumentów żadnego formularza odstąpienia od umowy, który mógłbym im dać*”. Powyższe zeznania wskazują na to, że konsumenci nie mogli otrzymywać wzoru odstąpienia od umowy, gdyż nie był on w posiadaniu przedstawicieli Spółki (kurierów), którzy doręczają dokumenty związane z umową.

Mając na względzie zgromadzony materiał dowodowy, w ocenie Prezesa UOKiK, nie są wiarygodne wyjaśnienia Spółki, iż niewręczenie konsumentom wzoru odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa było działaniem incydentalnym. Nie jest również prawdą, że konsumenci potwierdzali w jakikolwiek sposób otrzymanie takiego oświadczenia, gdyż z dokumentów zgromadzonych w aktach sprawy takie okoliczności nie wynikają. Przedsiębiorca nie przedstawił również żadnych dowodów związanych z wręczeniem konsumentom powyższych oświadczeń, w związku z tym jego twierdzenia należy uznać za nieprawdziwe.

W ocenie organu ochrony konsumentów analiza zgromadzonego w aktach sprawy materiału dowodowego jednoznacznie dowodzi, że Spółka nie wywiązywała się z obowiązku doręczenia konsumentom wzoru odstąpienia od umowy przy zawieraniu tejże umowy poza lokalem przedsiębiorstwa. Konieczność wręczenia konsumentowi wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy jest obowiązkiem przedsiębiorcy, z którego nie może zrezygnować nawet za zgodą konsumenta. Mając na względzie powyższe, działanie Spółki polegające na niedoręczaniu konsumentom przed zawarciem umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy należy uznać za działanie bezprawne.

B.

W ocenie organu ochrony konsumentów, Telekomunikacja Miejska w sposób nieuprawniony zawierała z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na okres powyżej 24 miesięcy, co narusza art. 56 ust. 4a u.p.t.

Zgodnie z warunkami Umowy:

*Niniejsza Umowa zostaje zawarta na czas określony 24 miesięcy, od daty aktywacji usług.
(pkt 5 Umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych)*

Z kolei w innym postanowieniu umownym wskazano, że:

Operator zobowiązuje się do rozpoczęcia świadczenia usług, będących przedmiotem niniejszej Umowy, na rzecz Abonenta, nie później niż w ciągu sześciu okresów rozliczeniowych, od daty zawarcia Umowy

(pkt 4 Umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych)

Powyższe postanowienia oznaczają, że okres 24 miesięcy obowiązywania umowy nie jest liczony od momentu złożenia przez konsumenta podpisu pod warunkami umownymi, ale od faktycznej aktywacji usługi przez przedsiębiorcę. Jednocześnie Spółka zastrzegła, że aktywacja ta będzie miała miejsce w okresie do 6 miesięcy licząc od daty zawarcia umowy. W piśmie z dnia 2 marca 2013 r. Telekomunikacja Miejska oświadczyła, że przy 90% umów, usługi aktywowane są w ciągu jednego pełnego okresu rozliczeniowego. Ponadto przedsiębiorca oświadczył, że początkowy okres obowiązywania umowy uzależniony jest od terminu aktywacji usługi. W praktyce oznacza to, że Spółka - zawierając z konsumentem umowę na 24 miesiące - nie będzie liczyła początku tego okresu od momentu złożenia przez konsumenta podpisu pod umową, tylko od jej aktywacji. Poprzez przedmiotowe działanie, termin obowiązywania umowy, licząc od momentu złożenia podpisu przez konsumenta, może wynieść maksymalnie nawet 30 miesięcy.

Wskazać należy, iż w dniu 21 stycznia 2013 r. weszła w życie nowelizacja u.p.t., która wprowadziła do ww. ustawy art. 56 ust. 4a, zgodnie z którym „w przypadku konsumenta początkowy okres obowiązywania umowy określony w umowie, o której mowa w ust. 1, zawieranej z danym dostawcą usług na czas określony nie może być dłuższy niż 24 miesiące.”

Należy w tym miejscu również podkreślić, iż nie można utożsamiać – jak to czyni Spółka – okresu obowiązywania umowy z okresem wykonywania świadczenia. To właśnie w okresie obowiązywania umowy zarówno konsument, jak i przedsiębiorca nabywa określone roszczenia związane z istnieniem stosunku prawnego, w tym możliwość składania oświadczeń woli w zakresie wykonania lub też rozwiązania istniejącego stosunku prawnego. Jest on liczony od momentu nawiązania stosunku zobowiązaniowego do momentu, w którym umowa przestaje obowiązywać np. w związku z upływem terminu, na który została zawarta. Z kolei okres wykonania świadczenia jest to okres, od którego jedna strona zobowiązuje się spełnić określoną usługę, a druga strona może żądać jej spełnienia. Nie jest wykluczone, że strony mogą tak uregulować stosunek zobowiązaniowy, w którym to konsument otrzymuje określone świadczenie – nie będąc zobowiązanym przez pewien okres do regulowania z tego tytułu należności. Może również być taka sytuacja, w której to strony ustalą, że przez pewien okres obie nie będą zobowiązane do świadczenia usług, ale jednocześnie cały czas wiąże je stosunek obligacyjny – tak jak to ma miejsce w tej sprawie. Tak więc okres wykonania świadczenia nie musi być tożsamy z okresem obowiązywania umowy.

W art. 56 ust. 4a u.p.t. wyraźnie stwierdzono, że okres 24 miesięcy odnosi się do okresu obowiązywania umowy, tak więc wykładnia literalna tego przepisu nie pozostawia wątpliwości co do charakteru obliczania terminu zastosowanego przy umowach zawieranych z konsumentami. Dlatego też termin, o którym mowa powyżej należy odnieść do momentu, w którym to strony zawierają określony stosunek obligacyjny na podstawie zawartej umowy i nie można utożsamiać go z okresem, przez który spełniane jest świadczenie wskazane w umowie.

Należy również zwrócić uwagę, iż przedmiotowy przepis odnosi się do pierwszej umowy zawieranej z konsumentem w zakresie świadczonych przez przedsiębiorcę usług.

W przypadku zawarcia umowy na czas określony, ustawodawca ograniczył możliwość okresu trwania takiej umowy do 24 miesięcy. Wprowadzenie do ustawy takiego ograniczenia wymagane było potrzebą harmonizacji polskiego porządku prawnego do standardów europejskich, w szczególności dostosowaniem przepisów u.p.t. do art. 30 ust. 5 zd. 1 Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2002/22/WE (dalej: **Dyrektywa 2002/22/WE**)¹, zgodnie z którym „państwa członkowskie zapewniają, aby umowy zawierane między konsumentami a przedsiębiorstwami świadczącymi usługi łączności elektronicznej nie wprowadzały początkowego okresu zobowiązania przekraczającego 24 miesiące”. Jak wskazuje się w tejże dyrektywie, przedmiotowe ograniczenie zostało wprowadzone, ponieważ „konsumenci powinni być w stanie dokonywać świadomych wyborów i – gdy leży to w ich interesie – zmieniać dostawców. Istotne jest zapewnienie, aby możliwości tej nie ograniczały przeszkody prawne, techniczne ani praktyczne, w tym warunki umów, procedury, opłaty itd.”². Umożliwienie zawierania umowy początkowej na okres dłuższy niż 24 miesiące może –w ocenie Prezesa UOKiK - spowodować związanie konsumenta z danym operatorem na świadczenie na określonych warunkach, które w dobie postępu technologicznego, spadających cen połączeń i transmisji danych może okazać się nieracjonalne i niekorzystne z punktu widzenia słabszej strony stosunku obligacyjnego. Jest to szczególnie niebezpieczne w momencie, kiedy konsument zawiera umowę z danym przedsiębiorcą na określoną usługę po raz pierwszy, nie mając przy tym wiedzy, w jakiej jakości świadczona jest usługa i czy przedsiębiorca w sposób rzetelny wywiązuje się z postanowień umownych. Dlatego też ustawodawca przesądził, iż dopiero kolejna umowa zawarta z tym samym przedsiębiorcą na określoną usługę może być zawarta na okres przekraczający 24 miesiące.

Na tle niniejszej sprawy wskazać należy, że utożsamianie początkowego okresu obowiązywania umowy z okresem, przez który przedsiębiorca faktycznie świadczy określone usługi prowadzi do sytuacji, w której to konsumenci byliby „związani” umową z operatorem telekomunikacyjnym przez okres przewyższający ustawowy limit w wysokości 24 miesięcy. Na podobne nieprawidłowości zwrócił uwagę również Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej, który stwierdził, iż „w sytuacji bowiem, gdy moment rozpoczęcia wykonania świadczenia, w tym przypadku rozpoczęcia świadczenia usług telekomunikacyjnych, nie jest tożsamy z momentem nawiązania umowy (tj. jest późniejszy) liczenie 24 miesięcznego terminu obowiązywania umowy od dnia rozpoczęcia świadczenia usług skutkuje faktycznym związaniem abonenta z dostawcą usług przez okres dłuższy niż 24 miesięcy”³. W ocenie Prezesa UOKiK, należy zgodzić się z tym stanowiskiem, gdyż przeciwna interpretacja prowadziłaby do ominięcia ustawowego limitu okresu, na który może być zawierana umowa z konsumentami, a przez to skutkowałaby naruszeniem Dyrektywy 2002/22/WE. Konsument powinien mieć możliwość wyboru nowego dostawcy usług telekomunikacyjnych po okresie maksymalnie dwóch lat od momentu zawarcia umowy, a nie od chwili rozpoczęcia świadczenia usługi zgodnie z wcześniej zawartą umową.

¹ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2002/22/WE z dnia 7 marca 2002 r. w sprawie usługi powszechnej i związanych z sieciami i usługami łączności elektronicznej praw użytkowników, zmieniona Dyrektywą Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/136/WE z dnia 25 listopada 2009 r., zmieniająca dyrektywę 2002/22/WE w sprawie usługi powszechnej i związanych z sieciami i usługami łączności elektronicznej praw użytkowników, dyrektywę 2002/58/WE dotyczącą przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności w sektorze łączności elektronicznej oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 w sprawie współpracy między organami krajowymi, odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów.

² Motyw 47 Dyrektywy 2009/136/WE.

³ Komunikat Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej „Umowa o świadczenie usługi telekomunikacyjnej w świetle art. 56 ust. 4a Pt” – dostęp: <http://www.uke.gov.pl/umowy-o-swiadczenie-uslug-telekomunikacyjnych-w-swietle-art-56-ust-4a-pt-12686>.

W doktrynie słusznie przyjmuje, w zakresie interpretacji art. 56 ust. 4a u.p.t. należy uznać, że **„przepis ma charakter bezwzględnie obowiązujący, zatem nawet zgoda konsumenta nie uchyla bezprawności początkowej umowy zawartej na okres dłuższy niż 24 miesiące. Umowa zawarta na dłuższy okres jest nieważna w części dotyczącej postanowienia sprzecznego z ust. 4a. Zakaz dotyczy wszelkich umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych z konsumentami, niezależnie od rodzaju usługi⁴”**.

Nie można zgodzić się z argumentami przedstawionymi przez Spółkę, że analizowane przepisy u.p.t. nie są wystarczająco precyzyjne, a tym samym nie ma możliwości ich prawidłowej interpretacji. Jak wynika z powyższego wyводу przedstawionego przez organ ochrony konsumentów, zarówno literalna wykładnia przepisów, jak i analiza źródła prawa europejskiego, a także polskiej doktryny - jednoznacznie wskazuje tylko na jedną możliwą wykładnię stosowania tego przepisu. Telekomunikacja Miejska, jako podmiot profesjonalny, powinna dochować należytej staranności przy jego stosowaniu, czego – w ocenie Prezesa UOKiK – nie uczyniła.

Tym samym powyższe działanie przedsiębiorcy, z uwagi na naruszenie bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa, należy uznać za bezprawne.

C.

W ocenie organu ochrony konsumentów, Telekomunikacja Miejska w sposób nieuprawniony uniemożliwiała konsumentom zawieranie umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych na okres nie dłuższy niż 12 miesięcy wbrew regulacjom art. 56 ust. 4b u.p.t.

W dniu 21 stycznia 2013 r. weszła w życie nowelizacja u.p.t., która wprowadziła do ustawy art. 56 ust. 4b, zgodnie z którym **„dostawca usług zapewnia użytkownikowi końcowemu możliwość zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych również na okres nie dłuższy niż 12 miesięcy”**. Przedmiotowy przepis wprowadza konieczność uwzględnienia - w każdej przygotowywanej przez przedsiębiorcę ofercie usług telekomunikacyjnych zawierającego umowy na czas określony - również umowy na czas określony do 12 miesięcy. Umowa zawarta na okres do 12 miesięcy powinna być jedną z ofert dostępnych albo też jedyną ofertą dostępną u danego przedsiębiorcy. Jak słusznie podkreśla się w doktrynie **„brak oferty na okres do 12 miesięcy stanowi naruszenie ustawy, jeżeli przedsiębiorca oferuje możliwość zawarcia umowy na czas określony tylko na dłuższe okresy⁵”**. Przedmiotowe regulacje stanowią implementację art. 30 ust. 5 zd. 2 Dyrektywy 2002/22/WE, zgodnie z którym: **„Państwa członkowskie zapewniają również, aby przedsiębiorstwa oferowały użytkownikom możliwość podpisania umowy na okres nieprzekraczający 12 miesięcy”**.

Telekomunikacja Miejska mimo znowelizowania przepisów u.p.t. nie zdecydowała się na wprowadzenie zmian do wzorców obowiązujących po dacie wejścia w życie ww. nowelizacji. Zgodnie z postanowieniami Umowy zawieranej od 1 stycznia 2013 r.: **„Niniejsza Umowa zostaje zawarta na czas określony 24 miesiący, od daty aktywacji usług”** (pkt 5 Umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych). W ww. Umowie brak jest możliwości wyboru jednego z kilku okresów, na który może zostać zawarta umowa. Ponadto

⁴ S. Piątek, *Prawo telekomunikacyjne Komentarz*, Warszawa 2013, s. 415.

⁵ Ibidem, s. 416.

przedsiębiorca w piśmie z dnia 4 stycznia 2014 r. potwierdził, że Spółka nie świadczy usług telekomunikacyjnych zawieranych na okres 12 miesięcy.

Mając powyższe na względzie działanie przedsiębiorcy w zakresie kierowania do konsumentów oferty, która nie przewiduje możliwości zawarcia umowy o świadczenie usługi telekomunikacyjnej na okres do 12 miesięcy należy uznać za bezprawne.

D.

W ocenie Prezesa UOKiK, Spółka nie doręczała konsumentom pełnego cennika usług telekomunikacyjnych w momencie zawierania przez nich w formie pisemnej umowy o świadczeniu usługi telekomunikacyjnej wbrew regulacjom określonym w art. 61 ust. 4 u.p.t. W myśl tego przepisu „*cennik jest podawany przez dostawcę publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych do publicznej wiadomości oraz jest dostarczany abonentowi, który udostępnił swoje dane, o których mowa w art. 60a ust. 1a, nieodpłatnie wraz z warunkami umowy lub umową, jeżeli strony zawarły umowę w formie pisemnej, o świadczenie publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, w tym o zapewnienie przyłączenia do publicznej sieci telekomunikacyjnej, a także na każde jego żądanie*”. Dane, o których mowa w art. 60a ust. 1 odnoszą się do informacji identyfikujących konsumenta w ramach zawieranej umowy i dotyczą jego imienia i nazwiska, numeru ewidencyjnego PESEL (lub przy jego braku – nazwę i serię dokumentu stwierdzającego tożsamość), a także adresu korespondencyjnego.

Wskazać również należy, iż zgodnie z art. 61 ust. 1 u.p.t. „*dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych określa w cenniku usług telekomunikacyjnych, zwanym dalej "cennikiem", ceny za przyłączenie do sieci, za usługi, za obsługę serwisową oraz szczegółowe informacje dotyczące stosowanych pakietów cenowych oraz opustów*”. Oznacza to, że cennik powinien zawierać szereg informacji o usługach, ale również innych czynnościach, które przedsiębiorca świadczy za określoną opłatą.

O braku doręczenia przedmiotowego cennika przez przedsiębiorcę świadczą przede wszystkim odpowiedzi przez niego udzielone oraz dokumenty zgromadzone w toku postępowania. W piśmie z dnia 2 marca 2013 r. Telekomunikacja Miejska wskazała, że konsument w momencie zawarcia umowy otrzymuje jedynie Cennik podstawowych usług. Pełne cenniki dostępne są na stronie internetowej www.tmsa.pl.

W ocenie Prezesa UOKiK, takie działanie nie stanowi wywiązania się z ustawowych obowiązków doręczania konsumentom wraz z pozostałymi warunkami umownymi cennika, który określałby pełen zakres usług świadczonych przez przedsiębiorcę. Nie jest przy tym wystarczające wprowadzenie od 10 kwietnia 2013 r. (zgodnie z deklaracją Spółki w piśmie z dnia 6 marca 2013 r.) do podstawowej wersji cennika zastrzeżenia, że wszelkie inne opłaty są zamieszczone w cenniku rozszerzonym, dostępnym na stronie internetowej przedsiębiorcy. Wskazać należy, że konsument nie ma świadomości, jakich informacji brakuje w cenniku podstawowym, a które może znaleźć w zamieszczonym na stronie internetowej Spółki. Konsument powinien w momencie zawarcia umowy otrzymać wszystkie dokumenty przygotowane przez przedsiębiorcę, które w jakikolwiek sposób mogą wpływać na zawierany stosunek umowny, a w szczególności wprowadzać po stronie konsumenta konieczność uiszczenia określonej opłaty za konkretne czynności. Przy takim rozróżnieniu, jakiego dokonała Spółka, konsument nie otrzymuje w momencie zawarcia umowy istotnych z jego punktu widzenia informacji o odpłatności za świadczone przez Telekomunikację Miejską usługi.

Wskazać również należy, iż ustawodawca nie rozróżnia rodzajów cennika na podstawowy i rozszerzony. Przedsiębiorca jest zobowiązany do doręczenia abonentowi cennika świadczonych usług, aby nie miał on wątpliwości, jaki jest każdorazowy koszt wykonanej usługi. Ponadto wskazać należy, iż jeżeli umowa zawierana jest w formie pisemnej, to wszystkie warunki również powinny zostać przekazane konsumentowi w formie pisemnej i doręczone w momencie zawarcia umowy, aby konsument miał możliwość zweryfikowania treści warunków umownych, które obowiązywały w dniu zawarcia umowy. Odesłanie do cennika usług dostępnego na stronie internetowej nie jest w tym wypadku wystarczające.

Bez znaczenia jest przy tym przekonanie Telekomunikacji Miejskiej, że w jej subiektywnym odczuciu interesy konsumenta będą lepiej chronione, jeżeli otrzyma on jedynie podstawowe informacje w cenniku. Należy zwrócić uwagę, że Cennik powinien określać wszystkie opłaty, które może ponieść konsument w trakcie trwania umowy, a które zostały ustalone w dniu zawarcia umowy. To właśnie ten dokument stanowi dla niego punkt odniesienia w przypadku sytuacji „niecodziennych”, konfliktowych, w których to Spółka naliczyłaby do rachunku należności, które nie wynikałyby z miesięcznych abonamentów.

Z powyższego wynika, iż Spółka – mimo ciężącego na niej ustawowego obowiązku – nie doręczała konsumentom w momencie zawierania umowy na piśmie pełnego cennika, którego zapisy będą obowiązywały konsumentów w ramach nawiązywanego stosunku zobowiązaniowego. Zdaniem Prezesa UOKiK takie działanie Spółki należy uznać za bezprawne.

E.

W ocenie organu ochrony konsumentów, Spółka w sposób nieuprawniony uzależniała zawarcie umowy o świadczeniu usług telekomunikacyjnych przez konsumenta od jednoczesnego wyrażenia przez niego zgody na przesyłanie informacji handlowych drogą elektroniczną, co może naruszać dyspozycję art. 10 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. 2002 Nr 144, poz.1204 ze zm.) – dalej: **u.ś.u.d.e.**

Zgodnie z wyżej przywołanymi przepisami *„zakazane jest przesyłanie niezamówionej informacji handlowej skierowanej do oznaczonego odbiorcy będącego osobą fizyczną za pomocą środków komunikacji elektronicznej, w szczególności poczty elektronicznej. Informację handlową uważa się za zamówioną, jeżeli odbiorca wyraził zgodę na otrzymywanie takiej informacji, w szczególności udostępnił w tym celu identyfikujący go adres elektroniczny”*. Przedmiotowy przepis wprowadza zasadę, zgodnie z którą przedsiębiorca nie może w stosunku do oznaczonych konsumentów przysyłać za pomocą środków komunikacji elektronicznej informacji handlowych, jeśli odbiorca przedmiotowej wiadomości nie wyrazi na to wcześniej zgody. Ponadto w myśl art. 4 ust 1 pkt 1 u.ś.u.d.e., jeżeli ustawa wymaga uzyskania zgody usługobiorcy, to przedmiotowa zgoda nie może być domniemana lub dorozumiana z oświadczenia woli o innej treści. Oświadczenie woli o wyrażeniu zgody na przesyłanie konkretnych informacji handlowych musi posiadać charakter w pełni dobrowolny i nie może wynikać w sposób dorozumiany z innego oświadczenia woli⁶.

⁶ por. D. Kasprzycki, *Spam, czyli niezamawiana komercyjna poczta elektroniczna. Zagadnienia cywilnoprawne*, Kraków 2005, s. 189.

W niniejszym postępowaniu Prezes UOKiK ustalił, iż Spółka w ramach zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych żąda również wyrażenia zgody na przesyłanie konsumentom informacji handlowych drogą elektroniczną. W Umowie znajdują się dwa kwadraty, obok których zamieszczono następujące sformułowanie „Wyrażam zgodę na otrzymywanie od Operatora informacji handlowej dotyczącej usług świadczonych przez Operatora na wskazany powyżej adres elektroniczny, zgodnie z przepisami Ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. 2002 Nr 144, poz. 1204 ze zm.)”. Na końcu tego oświadczenia znajduje się odesłanie o następującej treści: „W wypadku woli Abonenta złożenie oświadczenia o określonej treści wpisać „X””. Powyższe oznacza, że konsument, który miałby zamiar wyrażenia zgody na otrzymywanie informacji handlowych drogą elektroniczną od Telekomunikacji Miejskiej, powinien zakreślić kwadrat na „TAK”. Z kolei w przypadku braku wyrażenia takiej woli – powinien postawić krzyżyk w kwadracie oznaczonym jako „NIE”.

Po analizie wzorca umownego Umowy, jak również po zbadaniu przykładowych umów zawartych z konsumentami należy stwierdzić, że konsument nie ma swobody w wyrażaniu zgody na otrzymywanie informacji handlowych drogą elektroniczną. Przyszły abonent otrzymuje bowiem do podpisania umowę, która zawiera już wypełniony kwadrat oznaczony jako „TAK”. W kwadracie tym znajduje się naniesiony komputerowo krzyżyk, który świadczy o tym, że do wyrażenia zgody doszło nie na etapie zawarcia umowy, tj. złożenia podpisu konsumenta pod warunkami umowy, tylko na etapie przygotowywania umowy przez pracownika Spółki. Telekomunikacja Miejska zawiera bowiem umowy w taki sposób, iż najpierw po kontakcie telefonicznym ustala, czy dany konsument zainteresowany jest ofertą Spółki, a następnie przesyła do niego swojego przedstawiciela w celu złożenia podpisu pod umową. Zdaniem Prezesa UOKiK, przedstawiciel Telekomunikacji Miejskiej posiada już gotowy szkic umowy z zaznaczoną „zgoda” na przesyłanie informacji handlowych drogą elektroniczną. Przedmiotowa zgoda jest więc konsumentowi narzucana wraz z akceptacją pozostałych postanowień umownych. W takim wypadku nie istnieje konieczność wyrażenia przez konsumenta osobnej, niczym nieskrępowanej zgody w zakresie udostępnienia swoich danych osobowych do przesyłania informacji drogą handlową, gdyż przedsiębiorca domniemuje istnienie powyższej zgody z samego faktu zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Wyjaśnienia Spółki związane z „niefortunnym” przesłaniem do organu ochrony konsumentów wzoru umowy z zaznaczonymi polami nie jest w żadnym zakresie wiarygodne, gdyż takie samo komputerowe zaznaczenie „zgody” konsumenta jest zastosowane w umowach indywidualnych zawieranych przez Telekomunikację Miejską. Nie może więc tutaj być mowy o żadnym przypadku, czy też pomyłce. Nie potwierdziły się tym samym twierdzenia Spółki, jakoby konsument otrzymywał do podpisania nową umowę z niezaznaczonymi kwadratami.

Reasumując - w ocenie Prezesa UOKiK - narzucenie przez przedsiębiorcę wyrażenia zgody na przesyłanie informacji handlowych drogą elektroniczną przy jednoczesnym wyrażeniu woli w zakresie zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych jest działaniem niezgodnym z powszechnie obowiązującymi przepisami i stanowi wyraz nadużywania przez przedsiębiorcę uprzywilejowanej pozycji wobec słabszej strony stosunku obligacyjnego. W związku z tym przedmiotowe zachowanie należy uznać za działanie o charakterze bezprawnym.

2.

W świetle przepisu art. 24 ust. 2 pkt 3 u.o.k.i.k przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych lub czynów nieuczciwej konkurencji.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r. stosowana przez przedsiębiorcę względem konsumentów 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 jej zawarciu.

Przepis art. 5 ust. 1 u.p.n.p.r. stanowi, że praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Interpretując zatem pojęcie praktyki wprowadzającej w błąd należy stwierdzić, że jest to każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta, do którego jest skierowana lub dociera i która ze względu na swoją zwodniczą naturę może zniekształcić jego zachowanie rynkowe⁷. Wprowadzające w błąd działanie może polegać na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1 u.p.n.p.r.). Stosownie do brzmienia art. 5 ust. 4 u.p.n.p.r. przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.

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 korzyściach wynikających ze złożonej propozycji, które 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 chce się zaangażować. W rezultacie wytworzenia się tego mylnego przekonania, konsument podejmuje decyzję o zaangażowaniu lub wycofaniu się z danej decyzji, przy czym istotne jest to, że takiej decyzji by nie podjął, gdyby nie nieuczciwe działania przedsiębiorcy. Owo zniekształcenie procesu decyzyjnego konsumenta, w przypadku praktyk wprowadzających w błąd przez działanie, polega głównie na podawaniu fałszywych lub mylących informacji dotyczących produktu lub sposobu jego prezentacji albo wprowadzenia na rynek⁸. **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.**

W niniejszym postępowaniu koniecznym stało się również rozważenie przez Prezesa UOKiK, czy działania przedsiębiorcy w zakresie stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych mogły wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd i tym samym mogły powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

⁷ Wyroku Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 14 września 2005 r., sygn. akt: I ACa 149/05.

⁸ R. Stefanicki, *Interpretacja dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych wobec konsumentów na rynku wewnętrznym*, Glosa 1/2010, str. 88.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. Zgodnie z art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r., 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 m. in. wiek, wykształcenie, sprawność fizyczna czy umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku.

To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd. Będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia zachowanie Spółki w zakresie nieuczciwych praktyk rynkowych wymienionych w sentencji niniejszej decyzji powinno być zatem oceniane z perspektywy przeciętnego konsumenta.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w u.p.n.p.r. jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej: TSUE, dawniej: Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości). 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 towaru. 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 nabywany⁹.

Przyjmując model przeciętnego konsumenta na potrzeby niniejszego postępowania należy wziąć pod uwagę model konsumenta należącego do grupy wiekowej co najmniej pięćdziesiąt plus (50+). Z otrzymywanych przez Prezesa UOKiK skarg wynika, iż sporządzone zostały przez ludzi zdecydowanie starszych niż 50 lat (sposób ich sformułowania, styl pisma, czasem wprost podany wiek konsumentów, późniejsze działanie reklamacyjne poprzez zstępnych, powoływanie się w reklamacjach na różnego rodzaju choroby związane ze złym stanem zdrowia charakterystycznym dla osób w starszym wieku). Wskazana grupa społeczna charakteryzuje się tym, że nie odnajduje się w obecnej sytuacji rynkowej tak dobrze, jak ludzie poniżej 50 roku życia. Bardzo często odnoszą się do zwyczajów panujących przed transformacją ustrojową. Dla osób starszych pracownik przedsiębiorstwa telekomunikacyjnego często posiada status porównywalny do urzędnika państwowego. Potwierdzeniem takiego stanowiska są wnioski zawarte w raporcie z badania sytuacji konsumentów na rynku usług telekomunikacyjnych – *„Wiedza konsumentów zależy również od wieku i to także w sposób bliski związkowi liniowemu. Trend zakłócają jedynie niskie wyniki dla najmłodszej grupy wiekowej, czyli osób, które być może w różnych sytuacjach konsumenckich są reprezentowane przez rodziców lub opiekunów, zwłaszcza w przypadku usług telekomunikacyjnych dla gospodarstwa domowego, takich jak telefonia stacjonarna i Internet. Jeśli wyłączyć tę grupę*

⁹ Por. C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer Rec. 1999, s. I-3819, pkt 26; C-299/99 Philips Rec. 2002, s. I-5475, pkt 63, a także wyroki z 2007 r. w sprawach C-353/03 Nestle przeciwko Mars, pkt 25; T-241/05 Procter & Gamble, pkt 43; T-33/04 House of Donut Int, pkt 50-51.

okazuje się, że osoby w wieku 25-34 lata uznać można za konsumentów usług telekomunikacyjnych stosunkowo najbardziej świadomych. Wiedza konsumentów jest wyraźnie najniższa wśród osób, które przekroczyły 65 rok życia.”¹⁰. Jak zatem wynika z powyższego raportu potrzeba ochrony tej grupy wiekowej jest znacznie większa niż pozostałych grup. Zatem w tym przypadku należało ustanowić model przeciętnego konsumenta jako mniej racjonalnego i rozważnego oraz bardziej podatnego na wpływy. Taki konsument nie jest tak dobrze wyedukowany i świadomy swoich praw, jak osoby, które uczestniczyły w obrocie gospodarczym już po zmianie ustroju społeczno-ekonomicznego. Ponadto, nie jest już tak aktywny w poszukiwaniu nowej wiedzy i pozyskiwaniu informacji jak osoby z pozostałych grup wiekowych. Często ma także problemy zdrowotne, które utrudniają mu możliwość dogłębnego zapoznania się z oferowanymi mu warunkami umowy. W takich sytuacjach staranność działania po stronie profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego powinna być znacznie większa niż w pozostałych przypadkach.

Tak zdefiniowany konsument ma prawo odebrać kierowany do niego przekaz w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca wysyłający komunikaty – jako profesjonalista – jest podmiotem wiarygodnym i przekazuje informacje w sposób jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. Przedsiębiorca powinien więc wykazać się szczególną ostrożnością w przypadkach sporządzania i zawierania umowy, aby nie wystąpiła możliwość wprowadzenia konsumentów w błąd w taki sposób, że może mieć to wpływ na podjęcie przez nich decyzji dotyczącej umowy.

W celu udowodnienia, że wskazane w sentencji niniejszej decyzji działania Telekomunikacji Miejskiej stanowią nieuczciwą praktykę rynkową konieczne jest ponadto wykazanie, że niniejsza praktyka rynkowa sprzeczna jest z dobrymi obyczajami (art. 4 u.p.n.p.r.). Pojęcie dobrych obyczajów nie jest w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak zasady współżycia społecznego jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań doktryny. Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etyczno-moralnym, a na ich treść składają się elementy etyczne i socjologiczne, kształtowane przez oceny moralne i społeczne, stanowiące uzupełnienie porządku prawnego.

Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny, sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności, czyli takie działania, które potocznie określone są jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające *in minus* od przyjętych standardów postępowania¹¹. W relacjach przedsiębiorców z konsumentami istota zachowań zgodnych z dobrymi obyczajami została przedstawiona i wielokrotnie interpretowana w judykaturze. 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,*

¹⁰ Konsumenty na rynku usług telekomunikacyjnych – raport z badań UOKiK, Warszawa, grudzień 2009, str. 72, www.uokik.gov.pl.

¹¹ K. Pietrzykowski (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz*, Warszawa 2002 r., str. 804.

wywołania błędnego przekonania u konsumenta, także wykorzystania jego niewiedzy i naiwności”¹². W celu analizy naruszenia dobrych obyczajów należy przeanalizować każdorazowo stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę.

Zdaniem organu ochrony konsumentów w niniejszej sprawie naruszenie dobrych obyczajów polegało na wykorzystywaniu uprzywilejowanej pozycji przez przedsiębiorcę poprzez takie przekazywanie informacji, że będą one dla odbiorcy niezrozumiałe, nieczytelne, niejasne mające na celu zdezorientowanie go związane np. z podmiotem, w imieniu którego przedstawiana jest oferta.

A.

W ocenie Prezesa UOKiK, Telekomunikacja Miejska wprowadzała konsumentów w błąd w zakresie nazwy przedsiębiorcy, z którym konsumenci zawierają umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych poprzez sugerowanie, że oferta kierowana do nich pochodzi od innego podmiotu niż ten, z którym faktycznie mogą zawrzeć umowę na oferowanych warunkach.

Spółka przedstawiała konsumentom propozycję zawarcia umowy za pomocą ofert kierowanych drogą telefoniczną poprzez kontakt pracownika przedsiębiorcy. W tejsze rozmowie telefonicznej przedstawiciele Telekomunikacji Miejskiej próbowali sprzedawać oferowane przez Spółkę usługi. W przypadku wyrażenia przez konsumenta zgody na zawarcie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, przedstawiciele Spółki wysyłają do miejsca zamieszkania konsumenta innego pracownika przedsiębiorcy, którego zadaniem jest uzyskanie podpisu konsumenta pod wcześniej przygotowanym szkicem umowy.

Z ustaleń poczynionych w toku postępowania wynika, iż konsumenci w trakcie prowadzenia rozmowy telefonicznej byli przekonani, iż oferta przedstawiana im podczas tejsze rozmowy pochodzi od Telekomunikacji Polskiej S.A. Z ankiety przeprowadzonej przez organ ochrony konsumentów wśród losowej grupy abonentów, którzy byli (lub też nadal są) klientami Telekomunikacji Miejskiej wynika, że prawie wszyscy konsumenci byli przekonani, że przy prowadzonej rozmowie telefonicznej mają do czynienia z pracownikiem Telekomunikacji Polskiej S.A. (aż 16 na 17 osób). Zdaniem tych konsumentów, ich rozmówca albo przedstawił się w sposób niezrozumiały, albo też przedstawił się ogólnie jako pracownik telekomunikacji lub też wskazał, iż jest przedstawicielem Telekomunikacji Polskiej S.A. Ankietowani konsumenci zaznaczali przy tym, że nie mieli świadomości, że przy zawarciu oferowanej im umowy – zmieniają operatora telekomunikacyjnego.

Do tożsamyh wniosków należy dojść przy analizie zawiadomień, które wpłynęły do Prezesa UOKiK na działanie Spółki, a także w pismach kierowanych przez konsumentów do Telekomunikacji Polskiej S.A. Ostatnia wymieniona grupa konsumentów kierowała do Telekomunikacji Polskiej S.A. – czyli swojego dotychczasowego operatora – wnioski o anulowanie kar finansowych, jakie tenże przedsiębiorca nałożył na nich w związku z rozwiązaniem umów przed okresem, na jaki były one zawarte. Konsumenci wskazywali, iż w sposób bezprawny dokonano zmiany operatora, gdyż ich celem było tylko obniżenie cen świadczonych usług w ramach umowy zawartej z Telekomunikacją Polską S.A. Byli oni jednocześnie przekonani, iż wyrażając zgodę na zawarcie umowy, będą w dalszym ciągu

¹² Wyrok SOKiK z dnia 23 lutego 2006 r. (sygn. akt XVII Ama 118/04).

klientami Telekomunikacji Polskiej S.A. (lub też Orange). Nie mieli świadomości, że zawierają umowę z Telekomunikacją Miejską.

Oto przykładowe skargi kierowane przez konsumentów:

„(...) a także zostałem wprowadzony w błąd co do treści samej czynności prawnej, ponieważ w chwili przedstawienia mi propozycji zawarcia oferty przez Państwa przedstawiciela zostało mi zasugerowane że działacie Państwo w imieniu mojego dotychczasowego operatora telekomunikacyjnego, tj. Telekomunikacji Polskiej S.A. (...)” (k. 126)

„(...) Już złożyłam pismo o odstąpienie od umowy takowej Telekom. Miejskiej ponieważ wprowadzono mnie w błąd, osobę podeszłą wiekiem, że to „orange” obniża opłaty (...)” (k. 371)

„(...) Podczas rozmowy na infolinii przedstawiciel Telekomunikacji Miejskiej oferując opłaty niższe za usługi telekomunikacyjne przedstawił się jako pracownik sieci Orange (...)” (k. 375)

„(...) Składając telefoniczne oświadczenie woli, myślałem, że przedłużam umowę z Państwa firmą (...)” (k. 391)

„(...) Z przykrością muszę stwierdzić, że byłam łatwowierna i dałam się nabrać na telefoniczne zapewnienia, że upewniłam się, że rozmawiam z Telekomunikacją Polską. Przesłali kuriera w celu podpisania, jak twierdzili, zniżki. Okazało się, po odłączeniu linii i przysłaniu faktury, że to jest Telekomunikacja Miejska Ostrołęka. Ponieważ jako 87-latką potrzebuję telefonu musiałam wysłać zp. Fakturę, nie mam już siły walczyć (...)” (k. 406)

„W związku z wprowadzeniem mnie w błąd przez konsultantkę Telekomunikacji Miejskiej, która podawała się za pracownika Telekomunikacji, proponując obniżenie abonamentu za telefon stacjonarny (...)” (k. 414)

O stosowaniu powyższej praktyki świadczy również nagranie rozmów wyemitowane w programie Interwencja w stacji Polsat (k.610-614), w którym to główny nacisk informacyjny położony jest na kwestię związaną z obniżeniem abonamentu, a nie rzetelnym przedstawieniem podmiotu, który oferuje nową usługę. Posługiwanie się jedynie pojęciem „telekomunikacja”, w szczególności wśród osób starszych, kojarzy się jednoznacznie z Telekomunikacją Polską S.A. z siedzibą w Warszawie.

Należy zauważyć, że przedsiębiorca oferujący konsumentom swoje usługi za pomocą środków porozumiewania się na odległość (czyli np. telefon), zobowiązany jest do prawidłowego wskazania swojej nazwy. Konsumentom muszą być wiadome, z jakim przedsiębiorcą mają możliwość zawarcia umowy i czy konkretna usługa będzie świadczona przez ten sam podmiot co dotychczas. Materiał dowodowy zebrany w niniejszej sprawie wskazuje, iż Spółka nie informuje konsumentów o tym, z kim faktycznie będzie zawierana umowa na zmienionych warunkach sugerując przy tym, że nie zmieni się dotychczasowy operator telekomunikacyjny, który świadczy usługę. Konsumentom nie są wiadome, iż propozycja obniżenia abonamentu, która adresowana jest do nich podczas rozmowy telefonicznej pochodzi od Telekomunikacji Miejskiej. W związku z powyższym podejmowali decyzję dotyczącą umowy, której by nie podjęli, gdyby w sposób prawidłowy zostali poinformowani, że zawierając umowę na oferowanych warunkach, zmieni się dostawca świadczonych usług i zostanie zawarta umowa z innym operatorem.

Reasumując, zdaniem Prezesa UOKiK, z uwagi na to, że działanie przedsiębiorcy w sposób istotny może wpłynąć na decyzję konsumentów dotyczącą umowy, której inaczej by nie podjęli, gdyby w sposób prawidłowy zostali poinformowani o tożsamości podmiotu, od

którego pochodzi oferta do nich kierowana, Spółka dopuściła się stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 w związku z art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r.

B.

W ocenie organu ochrony konsumentów, Telekomunikacja Miejska wprowadzała konsumentów w błąd w zakresie początkowego terminu, od którego należy liczyć wartość opłaty wyrównawczej poprzez wskazanie, że jest to termin zawarcia umowy i jednocześnie aktywacji usługi, a terminy te nie są tożsame.

Zgodnie z warunkami zamieszczonymi w Regulaminie z maja 2012 roku:

„W przypadku rozwiązania Umowy zawartej na czas oznaczony przez Abonenta lub przez Operatora z winy Abonenta przed upływem terminu, na jaki Umowa została zawarta, Operatorowi przysługuje uprawnienie do naliczenia Opłaty wyrównawczej nie przekraczającej wysokości ulg przyznanych Abonentowi w związku z zawarciem (aktywacją) Umowy, pomniejszonych o proporcjonalną ich wartość za okres odpowiednio od dnia zawarcia (aktywacji) Umowy do dnia jej rozwiązania. Ulga związana jest z zawarciem (aktywacją) Umowy przyznana jest w dniu zawarcia Umowy. W przypadku ulgi przyznanej w związku z zawarciem Umowy, przyznana ulga to różnica pomiędzy opłatą aktywacyjną przewidzianą w Cenniku dla umowy zawartej na czas nieoznaczony a opłatą aktywacyjną przewidzianą w Cenniku dla umowy zawartej na czas oznaczony dla wybranej taryfy”.

(§ 8 pkt 2 Regulamin świadczenia usług z maja 2012 r.)

W Regulaminie z czerwca 2013 r. Spółka do powyższego postanowienia dodała sformułowanie *„Roszczenie nie przysługuje w przypadku rozwiązania przez Konsumenta Umowy przed rozpoczęciem świadczenia Usługi, chyba, że przedmiotem ulgi jest telekomunikacyjne urządzenie końcowe”*, a całe postanowienie znalazło się w § 9 pkt 4 ww. Regulaminu.

Ponadto zgodnie z warunkami Umowy:

Niniejsza Umowa zostaje zawarta na czas określony 24 miesięcy, od daty aktywacji usług.

(pkt 5 Umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych)

Z kolei w innym postanowieniu umowy wskazano, że:

Operator zobowiązuje się do rozpoczęcia świadczenia usług, będących przedmiotem niniejszej Umowy, na rzecz Abonenta, nie później niż w ciągu sześciu okresów rozliczeniowych, od daty zawarcia Umowy

(pkt 4 Umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych)

Przy tak skonstruowanych zapisach konsument nie uzyskuje jednoznacznej informacji, w jaki sposób obliczana jest opłata wyrównawcza, którą zobowiązany jest on ponieść przy rozwiązaniu umowy, czy to z winy Spółki, czy też z własnej inicjatywy. Moment, od którego liczona jest wartość opłaty wyrównawczej został nieprecyzyjnie określony. W takiej sytuacji konsument nie posiadał wiedzy, czy jest to termin zawarcia umowy, czy też termin aktywacji usługi. W piśmie z dnia 2 marca 2013 r. Telekomunikacja Miejska potwierdziła, iż powyższe terminy nie są tożsame, gdyż od zawarcia umowy przedsiębiorca ma jeszcze sześć miesięcy na aktywację usługi (por. uzasadnienie do pkt I.1.B. niniejszej decyzji).

W ocenie Prezesa UOKiK, ten dualizm pojęć i niejednoznaczność zapisów umownych odnoszących się do obliczenia wartości opłaty wyrównawczej oznacza, że konsument może zostać wprowadzony w błąd co do ostatecznej wartości opłaty wyrównawczej, która zostanie obliczona w oparciu o kryteria wskazane w Regulaminach. W takim wypadku konsument, który otrzyma z tytułu rozwiązania umowy notę obciążeniową z wysokością opłaty wyrównawczej nie ma wiedzy, jak została obliczona przedmiotowa należność (tj. czy od dnia, w którym zawarto umowę, czy od dnia aktywacji usługi), a przez to nie wie, czy podana przez przedsiębiorcę wartość opłaty wyrównawczej jest prawidłowa. Sugerując się informacją zamieszczoną w tejże notie obciążeniowej może podjąć decyzję o jej zapłacie w sytuacji, w której została ona obliczona w sposób nieprawidłowy.

Reasumując, zdaniem Prezesa UOKiK, z uwagi na to, że działanie przedsiębiorcy w sposób istotny może wpłynąć na decyzję konsumentów dotyczącą umowy, której inaczej by nie podjęli, gdyby w sposób prawidłowy zostali poinformowani o sposobie obliczania opłaty wyrównawczej, Spółka dopuściła się stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 w związku z art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r.

Zaniechanie

Zgodnie z dyspozycją art. 27 ust. 1 i 2 u.o.k.i.k. nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał zabronionych działań, o których mowa w art. 24 ww. ustawy. W związku z zaprzestaniem stosowania praktyk, o których mowa w pkt I sentencji niniejszej decyzji, poprzez wstrzymanie procesu sprzedażowego i wycofanie wadliwych wzorców umownych, jak również innych dokumentów, które mogły oddziaływać na kształt zarzucanych praktyk, Prezes UOKiK wydał decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 26 maja 2014 r.

Rozstrzygnięcie w zakresie wniosku przedsiębiorcy o wydanie decyzji zobowiązującej

W tym miejscu organ ochrony konsumentów pragnie odnieść się do wniosku przedsiębiorcy w zakresie zobowiązania się do podjęcia określonych działań zmierzających do zapobieżenia kwestionowanym naruszeniom i wydania decyzji na podstawie art. 28 u.o.k.i.k., który został złożony w piśmie z dnia 3 lipca 2014 r.

W pierwszej kolejności należy zauważyć, iż art. 28 u.o.k.i.k. ma zastosowanie w przypadku, kiedy zostały spełnione łącznie następujące przesłanki:

- 1) uprawdopodobnienie w trakcie postępowania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów;
- 2) złożenie wniosku przez przedsiębiorcę do zobowiązania się podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zapobieżenia naruszeniom;
- 3) uznanie przez Prezesa UOKiK za celowe nałożenie obowiązku wykonania przedłożonych przez przedsiębiorcę zobowiązań.

Zgodnie z art. 28 u.o.k.i.k. „ (...) Prezes Urzędu *może*, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań”. Z powyższego wynika, iż decyzja wydana w trybie art. 28 ust. 1 u.o.k.i.k. jest decyzją o charakterze uznaniowym, w związku z czym Prezes

UOKiK nie ma obowiązku wydania decyzji zobowiązującej w każdym przypadku, gdy wniesie o to przedsiębiorca. Przepis ten nie nakłada na organ ochrony konsumentów obowiązku wydania decyzji zobowiązującej¹³, a jedynie stwarza mu prawną możliwość wydania takiej decyzji¹⁴.

Prezes UOKiK uznał, iż w niniejszej sprawie wydanie decyzji zobowiązaniowej będzie niezasadne. Na powyższe rozstrzygnięcie wpływ miały następujące okoliczności.

Wniosek przedsiębiorcy związany z wydaniem decyzji zobowiązaniowej został złożony na końcowym etapie postępowania administracyjnego. Postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przeciwko Telekomunikacji Miejskiej zostało wszczęte 5 marca 2014 r., a wniosek o wydanie decyzji w trybie art. 28 u.o.k.i.k. złożony został dopiero 4 miesiące później. Należy przy tym zauważyć, iż Prezes UOKiK przez ten czas aktywnie prowadził postępowanie dowodowe, poszerzając tym samym materiał dowodowy zgromadzony w toku postępowania wyjaśniającego, w tym m.in. przeprowadził w dniu 27 maja 2014 r. rozprawę administracyjną, na której przesłuchał świadków. Zgodnie z regułami postępowania przy tego typu wnioskach, określonymi w *Wyjaśnieniach w sprawie wydawania decyzji zobowiązującej w sprawach praktyk ograniczających konkurencję oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów - „Przedsiębiorca składając zobowiązanie na wstępnym etapie postępowania, uprzedza tym samym prowadzenie przez Prezesa UOKiK postępowania dowodowego zmierzającego do wykazania stosowania zarzucanej praktyki. W konsekwencji uznać należy, iż przedsiębiorca powinien uczynić to, co do zasady, w pierwszym piśmie składanym Prezesowi UOKiK w toku postępowania, po otrzymaniu zawiadomienia o jego wszczęciu.”*¹⁵. Słusznie tym samym stwierdził SOKiK w jednym z wyroków wskazując, iż „wydanie decyzji w trybie art. 28 uokik jest możliwe jedynie we wstępnej fazie postępowania, albowiem intencją ustawodawcy było zachęcenie przedsiębiorcy do dobrowolnego zaprzestania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, bez potrzeby prowadzenia postępowania dowodowego. Tym samym złożenie wniosku o wydanie decyzji zobowiązującej już po przeprowadzeniu postępowania dowodowego, a z taką sytuacją mamy do czynienia w niniejszej sprawie, jest bezprzedmiotowe”¹⁶.

Ponadto należy podkreślić, iż zaniechanie przez Telekomunikację Miejską z dniem 26 maja 2014 r. stosowania opisanych niniejszą decyzją praktyk, powoduje, iż zobowiązanie złożone przez Spółkę stało się bezprzedmiotowe. W przypadku bowiem, gdy zarzucana przedsiębiorcy praktyka została zaniechana, a tym samym zachowanie przedsiębiorcy od momentu jej zaniechania nie może oddziaływać negatywnie na zbiorowe interesy konsumentów. Tym samym, zobowiązanie złożone w trybie art. 28 u.o.k.i.k. powinno dotyczyć wyeliminowania trwających skutków naruszenia, jakiego dopuściła się Spółka, a nie samego zaniechania stosowania praktyki, gdyż to już nastąpiło.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów formułuje definicję negatywną pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, stwierdzając w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma

¹³ Wyrok SOKiK z dnia 13 lutego 2012 r. sygn. akt XVII Ama 217/10.

¹⁴ M. Radwański, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz*, pod red. E. Stawicki, A. Stawicki, Warszawa 2011, s. 647.

¹⁵ Dostęp na <http://www.uokik.gov.pl/download.php?plik=12033>.

¹⁶ Wyrok SOKiK z dnia 29 kwietnia 2014 r., sygn. XVII Ama 41/13.

indywidualnych interesów konsumentów. W świetle art. 1 ust. 1 wyżej przywołanej ustawy należy przyjąć, że ze zbiorowymi interesami konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne i mogą dotknąć każdego potencjalnego konsumenta będącego kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony nie są zatem interesy indywidualnego konsumenta lub grupy indywidualnych konsumentów, ale wszystkich – aktualnych lub potencjalnych klientów – traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę¹⁷.

Stanowisko to potwierdzone zostało również w orzecznictwie Sądu Najwyższego, który stwierdził, iż: „nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy antymonopolowej można wszczynać tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów¹⁸”.

W ocenie Prezesa UOKiK zakwestionowane w przedmiotowej decyzji zachowania Spółki, polegające na stosowaniu w obrocie z konsumentami wzorców umów, które zawierają postanowienia sprzeczne z ustawą, a także naruszające dobre obyczaje, a przez to godzą w zbiorowe interesy konsumentów. Stroną umowy zawieranej przez ww. przedsiębiorcę są zarówno wszyscy aktualni, jak i wszyscy potencjalni klienci zamierzający zawrzeć umowę o usługę telekomunikacyjną. Zatem krąg adresatów takiego wzorca nie jest z góry określony.

Na poparcie powyższego należy zatem przytoczyć stanowisko SOKiK, który wskazał, iż, „jeżeli potencjalną daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach, to ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów”¹⁹. Tak więc w rozpatrywanym stanie faktycznym zachowanie Spółki nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz wpływa niekorzystnie na interesy potencjalnie nieokreślonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy obecnych i przyszłych kontrahentów przedsiębiorcy.

Wobec powyższego należy stwierdzić, że wszystkie przesłanki z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zostały spełnione, co oznacza, iż Spółka dopuściła się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Wobec tego orzeczono jak w punkcie I sentencji decyzji.

II.

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.i.k. Prezes UOKiK ma kompetencje do ukarania przedsiębiorcy poprzez nałożenie na niego kary pieniężnej w wysokości do 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeśli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

¹⁷ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 10 lipca 2008r., sygn. akt VI ACa 306/08, a także T. Skoczny, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz*, Warszawa 2009, s. 962.

¹⁸ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 września 2003 r., sygn. akt: I CKN 504/01.

¹⁹ Wyrok SOKiK z dnia 13 stycznia 2009 r., sygn. akt: XVII Ama 26/08.

Mając na względzie powyższe oraz stan faktyczny i prawny niniejszej sprawy, organ ochrony konsumentów postanowił skorzystać z uprawnienia do nałożenia kary pieniężnej z tytułu naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Organ ochrony konsumentów podejmując decyzję o nałożeniu sankcji finansowej na Spółkę miał na względzie, iż nie występują szczególne okoliczności uzasadniające odstąpienie od wymierzenia kary. Jednocześnie Prezes UOKiK przy podjęciu decyzji dotyczącej nałożenia kary finansowej miał na względzie, iż zarzucana przedsiębiorcy praktyka godzi w poważne interesy konsumentów związane ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych, a także okoliczność, iż poszkodowanymi w wyniku jej stosowania są głównie osoby starsze, dla których telefon stacjonarny stanowi jedyną możliwość kontaktu na odległość z rodziną czy znajomymi.

W tym miejscu wskazać należy, iż zaniechanie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów – co wielokrotnie podkreślano w judykaturze - nie jest podstawą do odstąpienia od wymierzenia kary²⁰. Żaden przepis u.o.k.i.k. nie wyłącza możliwości zastosowania sankcji przewidzianej w art. 106 tejże ustawy w związku z naruszeniem art. 24 u.o.k.i.k. W takim wypadku Prezes UOKiK jest zobowiązany wydać decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania, co jednak nie wyklucza nałożenia na przedsiębiorcę sankcji finansowych.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera zamkniętego katalogu przesłanek, od których uzależniona jest wysokość kar nakładanych na przedsiębiorców. W art. 111 ww. ustawy w sposób nieenumeratywny wskazano, iż Prezes UOKiK winien wziąć pod uwagę okres, stopień, okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Ponadto orzecznictwo wskazuje, że w przypadku kar przesłankami, które należy brać pod uwagę, są m.in.: potencjał ekonomiczny przedsiębiorcy, dopuszczalny poziom kary wynikający z przepisów ustawy oraz cele, jakie kara ma osiągnąć²¹.

Podkreślić nadto należy, iż nakładana przez organ ochrony konsumentów kara finansowa pełni trojaką funkcję: represyjną, prewencyjną i edukacyjną.

Ustalając wymiar kary należy wziąć pod uwagę przede wszystkim funkcję prewencyjną kar, w tym prewencję ogólną. Kara bowiem winna być ustalona tak, aby powstrzymać przedsiębiorcę stosującego praktykę oraz innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami. Zachodzi zatem konieczność wymierzenia kar o takiej wysokości, która zniechęci innych przedsiębiorców prowadzących działalność telekomunikacyjną do stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych i naruszania powszechnie obowiązujących przepisów prawa.

Nakładając karę pieniężną, Prezes UOKiK wziął również pod uwagę konieczność ustalenia, czy określone w tym przepisie naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. Konieczność wzięcia pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika bezpośrednio z art. 106 ust. 1 u.o.k.i.k. Z tego względu - nakładając karę pieniężną - Prezes UOKiK uwzględnił całokształt okoliczności sprawy, które wskazywać mogą –

²⁰ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 12 stycznia 2012 r., sygn. akt VI ACa 956/11; wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 18 kwietnia 2012 r., sygn. akt VI ACa 1320/11.

²¹ Wyrok Sądu Najwyższego z 27 czerwca 2000 r., sygn. akt I CKN 793/98.

z wyjątkiem praktyki określonej w pkt I.2.A. - na nieumyślny charakter naruszenia przez Telekomunikację Miejską zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W zgromadzonym materiale dowodowym nie ma jednoznacznych dowodów wyraźnej intencji Spółki do naruszenia tych interesów. Zebrane w trakcie niniejszego postępowania wyjaśnienia i informacje mogą zatem wskazywać na wspomniane wyżej nieumyślne działanie, gdyż przedsiębiorca nie dochował należytej staranności przy świadczeniu usług telekomunikacyjnych. Przedsiębiorca – jako profesjonalny uczestnik rynku – powinien wiedzieć, jakie przepisy obowiązują w kraju, w którym zamierza prowadzić działalność regulowaną i jak prawidłowo przedstawiać konsumentom ofertę swoich usług. Tymczasem przyjęty sposób działania Spółki polegał na naruszaniu powszechnie obowiązujących przepisów prawa, a także pozyskiwaniu klientów poprzez wprowadzanie ich w błąd w związku z podszywaniem się pod innych przedsiębiorców, z którymi konsumenci mieli zawarte umowy, a w szczególności z Telekomunikacją Polską S.A. Zachowując ostrożność wymaganą w tych okolicznościach, skarżony przedsiębiorca powinien tak przygotować swoich pracowników do prowadzenia rozmów sprzedażowych, aby nie występowała możliwość wprowadzenia konsumentów w błąd. Pomimo tego – jak już wcześniej wskazano – samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki daje podstawę do nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.i.k.

Odmienne należy - w ocenie Prezesa UOKiK – zakwalifikować działanie przedsiębiorcy przy praktyce określonej w pkt I.2.A., które miało charakter umyślny. Materiały zebrane w toku postępowania prowadzi do wniosku, że konsumenci nie mieli świadomości, z jakim podmiotem zawierają umowę. Nie wiedzieli również, iż będzie się to wiązało z rozwiązaniem stosunku umownego z obecnym operatorem. Spółka miała tego świadomość, gdyż w taki sposób szkoleni byli telemarketerzy, którzy oferowali telefonicznie konsumentom usługi Telekomunikacji Miejskiej. Ponadto, jak oświadczył przedsiębiorca, rozmowy były nagrywane i przechowywane przez okres 3 dni w celu sprawdzenia poprawności przeprowadzonej rozmowy (k. 43). Oznacza to, że Spółka akceptowała taki sposób działania telemarketerów. Powyższe okoliczności wynikają również z rozmów telemarketerów przedstawionych w programie Interwencja (k.610-614). O świadomości Spółki w zakresie bezprawności swoich praktyk może również świadczyć fakt, że Telekomunikacja Miejska mimo licznych reklamacji ze strony konsumentów dotyczących omawianej kwestii, w dalszym ciągu stosowała ww. praktykę i dopiero interwencja Prezesa UOKiK skłoniła ją do zmiany sposobu przedstawiania informacji o swojej ofercie.

W roku 2013 Spółka osiągnęła przychód w wysokości zł, który będzie podstawą do obliczenia każdorazowo wysokości kary. Maksymalny wymiar kary, jaki można nałożyć na przedsiębiorcę wynosi zł – tj. 10% osiągniętego przychodu w roku 2013.

Ustalając wymiar kary za naruszenie opisane w niniejszej decyzji, Prezes UOKiK w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych praktyk i na tej podstawie ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń w zakresie wysokości kary. Następnie organ ochrony konsumentów rozważył, czy w sprawie występują okoliczności obciążające i łagodzące oraz jaki powinny mieć wpływ na wysokość kary.

1. Kara pieniężna za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych w punkcie I.1.

W analizowanych zarzutach stwierdzono stosowanie przez Telekomunikację Miejską praktyk naruszających powszechnie obowiązujące przepisy prawa, w tym przede wszystkim przepisy u.p.t. Praktyka stwierdzona w pkt I.1.A. istotnie wpływała na możliwość skorzystania z jednego z fundamentalnych uprawnień przy umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, czyli prawo do odstąpienia od umowy. Brak wzoru takiego oświadczenia mógł znacząco utrudnić konsumentom (w szczególności osobom w podeszłym wieku, do których przede wszystkim kierowana była oferta Spółki) skorzystanie z tego uprawnienia. Z kolei praktyka stwierdzona w pkt I.1.B-I.1.C utrudniała konsumentom prawo do swobodnego wyboru i dokonania zmiany operatora telekomunikacyjnego, przez co abonenci byli związani umową z jednym operatorem, wbrew przepisom prawa, które gwarantowało im np. prawo do zawarcia umowy na krótszy okres niż 24 miesiące. Praktyka mogła wpływać na interesy finansowe konsumentów, gdyż w normalnych warunkach mogliby oni wybrać korzystniejszą ofertę, np. po zakończeniu umowy w terminie 12 miesięcy, u konkurencyjnego przedsiębiorcy. Działanie określone w pkt I.1.D mogło negatywnie wpływać na sytuację konsumentów w momencie, w którym to chcieliby skorzystać z dodatkowych usług, ale nie wiedzieliby, że jest dodatkowo płatna, gdyż taka informacja nie znajdowała się w cenniku podstawowym doręczanym przy zawarciu umowy. Następnie w rachunku wystawionym przez Telekomunikację Miejską, abonent mógłby zostać obciążony znaczącą opłatą, o której nie mógł mieć wiedzy przed skorzystaniem z ww. usługi. Przy ostatniej praktyce (pkt I.1.E.) przedsiębiorca wymuszał na konsumentach zgodę na przesyłanie informacji handlowych drogą elektroniczną, co mogło powodować po stronie odbiorcy znaczący dyskomfort w korzystaniu, np. z poczty elektronicznej w sytuacji częstego przesyłania takich wiadomości handlowych.

W ocenie Prezesa UOKiK, wszystkie praktyki określone w pkt I.A. naruszały interesy konsumentów na etapie zawarcia umowy.

W związku z powyższym organ ochrony konsumentów - mając na uwadze również długotrwały okres stosowania opisanych praktyk (I.1.A, I.1.D, I.1.E od maja 2012 r., a I.1.B oraz I.1.C od 21 stycznia 2013 r.) - uznał, iż natura naruszeń polegających na stosowaniu postanowień niezgodnych z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu wymiaru kary pieniężnej **na poziomie** % (za I.1.A. – %; za I.1.B. - I.1.C – %; za I.1.D - I.1.E. – %) przychodu uzyskanego przez przedsiębiorcę w 2013 r., co jest równe kwocie **6.248,55 zł**.

Przy określaniu ostatecznego wymiaru kary Prezes UOKiK stwierdził występowanie okoliczności łagodzących w związku z zaniechaniem przedmiotowej praktyki przez przedsiębiorcę i zdecydował o **obniżeniu wymiaru kary o** %.

Mając powyższe na uwadze, kara została obniżona o % do kwoty (po zaokrągleniu do pełnych złotych) **4.374 zł**, co stanowi ok. % przychodu uzyskanego przez przedsiębiorcę w 2013 r. oraz ok. % maksymalnego wymiaru kary, jaką mógł nałożyć organ ochrony konsumentów na Spółkę w niniejszym postępowaniu za stosowane przez niego praktyki.

2. Kara pieniężna za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych w punkcie I.2.A

W toku postępowania, w zakresie omawianych zarzutów Prezes UOKiK stwierdził, że – w zakresie praktyki z punktu I.2.A. - doszło do wprowadzania konsumentów w błąd poprzez sugerowanie im, że oferta Telekomunikacji Miejskiej pochodzi tak naprawdę od innego

operatora telekomunikacyjnego, z którym określony konsument ma już zawartą umowę, a przez to nie będzie istniała konieczność dokonania zmiany podmiotu, który świadczy usługę. Analiza skarg konsumentów wskazuje, że praktyka dotyczyła przede wszystkim podszywania się pod Telekomunikację Polską S.A., a sama Spółka wykorzystywała zbieżność obu nazw, wskazując w rozmowach z konsumentami przede wszystkim na jej pierwszy człon (tzn. telekomunikacja). Rozmowa była prowadzona, aby odbiorcy – przede wszystkim osoby starsze – skupiły się na obniżonej cenie za oferowane usługi. Poprzez takie działanie konsumenci zawierali następnie umowy doręczone przez kuriera, z przeświadczeniem, że zawierają jedynie aneks z dotychczasowym operatorem. W rzeczywistości umowa z tym przedsiębiorcą ulegała rozwiązaniu, a konsument był zobligowany do zwrotu jemu wcześniej przyznanej ulgi, którą uzyskał zawierając umowę świadczenia usług telekomunikacyjnych na czas określony. Praktyka w bardzo mocny sposób oddziaływała na interes ekonomiczny konsumentów, gdyż różnego rodzaju kary umowne w istotny sposób mogły nadwyręzać domowy budżet osób starszych, które nie zawsze są na tyle zamożne, aby mogły je - bez uszczerbku dla codziennych potrzeb – uregulować. Do tego dochodził również stres związany z grożącymi sankcjami, a także kwestie związane z ewentualnymi reklamacjami składanymi do dotychczasowego operatora, co również mogło stanowić dodatkowe obciążenie dla poszkodowanych konsumentów. W ocenie Prezesa UOKiK, analizowana praktyka dotyczyła działania przedsiębiorcy na etapie przedkontraktowym.

W związku z powyższym organ ochrony konsumentów - mając na uwadze również długotrwały okres stosowania praktyki (od maja 2012 r.) - uznał, iż natura naruszenia polegającego na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzających konsumentów w błąd uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu wymiaru kary pieniężnej **na poziomie 0 %** przychodu uzyskanego przez przedsiębiorcę w 2013 r., co jest równe kwocie **4.165.70 zł**.

Przy określaniu ostatecznego wymiaru kary Prezes UOKiK stwierdził występowanie okoliczności łagodzących w związku z zaniechaniem przedmiotowej praktyki przez przedsiębiorcę i zdecydował o **obniżeniu wymiaru kary o 0 %**.

Niemniej jednak Prezes UOKiK wziął również pod uwagę umyślność w zakresie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, objawiającą się świadomym wprowadzeniem konsumentów w błąd w zakresie tożsamości podmiotu, z którym konsumenci mają zawrzeć umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Przedmiotowe działanie uzasadnia – w ocenie organu ochrony konsumentów – **podwyższenie wymiaru kary o 0 %**.

Mając powyższe na uwadze, kara została podwyższona o **0 %** do kwoty (po zaokrągleniu do pełnych złotych) **4.999 zł**, co stanowi ok. **0 %** przychodu uzyskanego przez przedsiębiorcę w 2013 r. oraz ok. **0 %** maksymalnego wymiaru kary, jaką mógł nałożyć organ ochrony konsumentów na Spółkę w niniejszym postępowaniu za stosowane przez niego praktyki.

3. Kara pieniężna za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych w punkcie I.2.B.

W związku ze stosowaniem praktyki określonej w punkcie I.2.B. konsumenci mogli zostać wprowadzeni w błąd w zakresie wysokości opłaty wyrównawczej, którą zobowiązani byliby uregulować, w sytuacji wcześniejszego rozwiązania umowy. Tym samym przedsiębiorca mógł z dużą dowolnością wyliczać należną opłatę, a konsument nie miał żadnej

możliwości zweryfikowania takich obliczeń. Przedmiotowe działanie wpływało na interesy ekonomiczne konsumentów, gdyż mogło powodować obciążanie konsumentów nieuzasadnioną wysokością opłaty wyrównawczej. Analizowana praktyka, o ile naruszała interesy konsumentów już na etapie zawarcia umowy, to jej bezpośredni skutek widoczny był na etapie wykonania umowy.

W związku z powyższym organ ochrony konsumentów - mając na uwadze również długotrwały okres stosowania analizowanej praktyki (od maja 2012 r.) - uznał, iż natura naruszenia polegającego na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzających konsumentów w błąd uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu wymiaru kary pieniężnej **na poziomie** % przychodu uzyskanego przez przedsiębiorcę w 2013 r., co jest równe kwocie **694,28 zł.**

Przy określaniu ostatecznego wymiaru kary Prezes UOKiK stwierdził występowanie okoliczności łagodzących w związku z zaniechaniem przedmiotowej praktyki przez przedsiębiorcę i zdecydował o **obniżeniu wymiaru kary o** %.

Mając powyższe na uwadze, kara została obniżona o % do kwoty (po zaokrągleniu do pełnych złotych) **486 zł**, co stanowi ok. % przychodu uzyskanego przez przedsiębiorcę w 2013 r. oraz ok. % maksymalnego wymiaru kary, jaką mógł nałożyć organ ochrony konsumentów na Spółkę w niniejszym postępowaniu za stosowane przez niego praktyki.

Zdaniem Prezesa UOKiK, tak określone kary spełniają zarówno rolę represyjną jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów u.o.k.i.k., jak i prewencyjną, zapobiegając ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest również ich walor wychowawczy, w tym wymiar ogólny, odstrasżający dla innych przedsiębiorców działających w branży przed podobnym naruszeniem słuszych interesów konsumentów. Przyjmując, że kara winna być orzekana na poziomie wystarczającym do osiągnięcia zamierzonego celu i powinna być odczuwalna dla przedsiębiorcy, organ ochrony konsumentów **postanowił nałożyć karę w wysokości określonej w punkcie II sentencji decyzji.**

Wobec tego orzeczono jak w pkt II sentencji decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 u.o.k.i.k., karę pieniężną należy uiścić w terminie **14 dni** od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na rachunek bankowy Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w **NBP o/o Warszawa** na nr **51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.**

III.

Zgodnie z art. 80 u.o.k.i.k. Prezes UOKiK rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 u.o.k.i.k., jeżeli w wyniku postępowania organ ochrony konsumentów stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. W świetle natomiast art. 263 § 1 kodeksu postępowania administracyjnego, do kosztów postępowania zalicza się m.in. koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Z kolei, zgodnie z art. 264 § 1 ww. kodeksu, jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej, ustala w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku organ ochrony konsumentów w punkcie I sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa UOKiK ze stroną. W związku z powyższym, postanowiono obciążyć ww. przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości **85,50 zł** (słownie: osiemdziesiąt pięć złotych 50/100).

Z uwagi na powyższe orzeczono jak w pkt III sentencji.

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 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 kodeksu postępowania cywilnego od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie, które wnosi się za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Bydgoszczy do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie III niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479³² § 1 i 2 kodeksu postępowania cywilnego oraz stosownie do art. 264 § 2 kodeksu postępowania administracyjnego w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, stronie przysługuje zażalenie za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Bydgoszczy do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodniowym od dnia jej doręczenia.

*Z up. Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Bydgoszczy
Piotr Adamczewski*