



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

DELEGATURA UOKiK W POZNANIU

ul. Zielona 8, 61-851 Poznań
tel. (61) 852-15-17, 852-77-50, fax (61) 851-86-44
e-mail: poznan@uokik.gov.pl

RPZ – 61 – 6/15/IK/

Poznań, dnia 5 listopada 2015 roku

DECYZJA Nr RPZ 13/2015

Stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn.: Dz. U. z 2015 r., poz. 184) po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu wobec Marcina Mokrzyckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Marcin Mokrzycki „IMPERIUM CYFROWE” w Pile,

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów;

- I.** na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działania Marcina Mokrzyckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Marcin Mokrzycki „IMPERIUM CYFROWE” w Pile, polegające na udzielaniu konsumentom, przed zawarciem umowy, wprowadzających w błąd informacji co do możliwości rozwiązania, bezpośrednio bądź za pośrednictwem Przedsiębiorcy, umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej z dotychczasowym dostawcą usług bez ponoszenia konsekwencji finansowych w postaci obowiązku zapłaty kary umownej, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r., Nr 171, poz. 1206) w zw. z art. 51 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz. 827)

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 31 października 2014 roku;

- II.** na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów działania Marcina Mokrzyckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Marcin Mokrzycki „IMPERIUM CYFROWE” w Pile, polegające na udzielaniu konsumentom, przed zawarciem umowy, wprowadzających w błąd informacji co do obowiązywania darmowego okresu świadczenia usług telekomunikacyjnych przez ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie i CANAL+ CYFROWY S.A. z siedzibą w Warszawie, co wprowadza konsumentów w błąd odnośnie wysokości opłat za usługi telekomunikacyjne i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23

sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206) w zw. z art. 51 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz. 827)

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 31 października 2014 roku;

- III.** na podstawie art. 105 § 3 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku Kodeksu postępowania administracyjnego (tekst jedn.: Dz. U. z 2013 r., poz. 267 z późn. zm.) w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **umarza się postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów**, wszczęte w związku z podejrzeniem stosowania przez Marcina Mokrzyckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Marcin Mokrzycki „IMPERIUM CYFROWE” w Pile, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na nieprzekazywaniu konsumentom, w chwili zawierania umowy o świadczenie usług poza lokalem przedsiębiorstwa, wzorów oświadczeń o odstąpieniu od umowy;
- IV.** na podstawie art. 106 ust. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **nakłada się na Marcina Mokrzyckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Marcin Mokrzycki „IMPERIUM CYFROWE” w Pile:**
1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 1.500 zł** (słownie: tysiąc pięćset złotych), płatną do budżetu państwa;
 2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt II sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 1.500 zł** (słownie: tysiąc pięćset złotych), płatną do budżetu państwa;

Uzasadnienie

Postanowieniem z dnia 13 listopada 2014 roku Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatura w Poznaniu (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy działania Marcina Mokrzyckiego, prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Marcin Mokrzycki „IMPERIUM CYFROWE” w Pile (dalej: Przedsiębiorca), polegające na oferowaniu i sprzedaży usług telewizji cyfrowej, naruszają przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w sposób uzasadniający wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (sygn. RPZ – 403 – 42/14/IK).

W toku postępowania przeanalizowano między innymi treść indywidualnych skarg konsumentów, oświadczeń o odstąpieniu od umowy oraz reklamacji dotyczących umów zawartych za pośrednictwem firmy Marcina Mokrzyckiego. Analiza materiałów zgromadzonych w toku prowadzonego postępowania wyjaśniającego dała podstawę do wszczęcia w dniu 2 kwietnia 2015 roku postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w:

- I. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3** ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na udzielaniu konsumentom, przed zawarciem umowy, wprowadzających w błąd informacji co do możliwości rozwiązania, bezpośrednio bądź za pośrednictwem Przedsiębiorcy, umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej z dotychczasowym dostawcą

usług bez ponoszenia konsekwencji finansowych w postaci obowiązku zapłaty kary umownej, co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r., Nr 171, poz. 1206) w zw. z art. 51 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz. 827);

II. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na udzielaniu konsumentom, przed zawarciem umowy, wprowadzających w błąd informacji co do obowiązywania darmowego okresu świadczenia usług telekomunikacyjnych przez ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie i CANAL+ CYFROWY S.A. z siedzibą w Warszawie, co mogło wprowadzać konsumentów w błąd odnośnie wysokości opłat za usługi telekomunikacyjne i stanowić nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206) w zw. z art. 51 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz. 827);

III. art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na nieprzekazywaniu konsumentom, w chwili zawierania umowy o świadczenie usług poza lokalem przedsiębiorstwa, wzorów oświadczeń o odstąpieniu od umowy, co mogło z naruszeniem art. 3 ust. 1 ustawy 31 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jedn. Dz. U. z 2012 r., poz. 1225) w zw. z art. 51 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz. 827), ograniczyć prawo konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

Pismem z dnia 2 kwietnia 2015 roku Przedsiębiorca zawiadomiony został o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz wezwany do udzielenia dodatkowych informacji. Pomimo prawidłowego doręczenia pisma, Przedsiębiorca nie odpowiedział na wezwanie, ani nie ustosunkował się do postawionych zarzutów.

W dniu 1 lipca 2015 roku Prezes Urzędu zawiadomił Przedsiębiorcę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości zapoznania się z aktami postępowania.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Marcin Mokrzycki „IMPERIUM CYFROWE” prowadzi działalność gospodarczą w oparciu o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej RP, którą rozpoczął w dniu 4 listopada 2013 roku. W dniu 1 marca 2015 roku Przedsiębiorca zawiesił prowadzenie działalności.

Obszar wykonywania działalności przez Przedsiębiorcę obejmował północną część województwa wielkopolskiego (w szczególności powiat Piłski i okolice), część województwa kujawsko – pomorskiego oraz województwa zachodnio – pomorskiego.

Z ustaleń poczynionych w toku postępowania, wynika że faktyczny przedmiot działalności Przedsiębiorcy stanowiło pośredniczenie przy zawieraniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych (usług telewizji cyfrowej świadczonych przez ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie). Współpraca pomiędzy ww. podmiotami prowadzona była w oparciu o umowę agencyjną dla managera D2D (k. 74 – 111 akt adm.). Pierwotnie umowa zawarta została pomiędzy Marcinem Mokrzyckim „IMPERIUM CYFROWYM” jako agentem a CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie oraz ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie jako

dającymi zlecenie (k. 74 akt adm.). W dniu 2 czerwca 2014 roku nastąpiło połączenie ww. Spółek. Od dnia połączenia, zgodnie z art. 494 § 1 Kodeksu spółek handlowych, wszelkie prawa i obowiązki CANAL + Cyfrowy S.A. wykonuje ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej także: ITI).

Przedsiębiorca kierował ofertę usług telewizji cyfrowej przede wszystkim do osób zamieszkujących mniejsze miejscowości północnej części województwa wielkopolskiego, część województwa kujawsko – pomorskiego oraz zachodniopomorskiego (m.in. Malice, Ryczywół, Żółtnica, Kalisz Pomorski, Dąbki, Jędrzejewo, Człopa, Klukowo, Szamocin, Otorowo, Zielonczyn, Dębówko Nowe, Mirosławiec, Drezdenko, Sicienko).

Przedsiębiorca pośredniczył w zawieraniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych w okresie od listopada 2013 roku do października 2014 roku. Na podstawie § 14 umowy, za świadczone usługi agent otrzymywał prowizję [usunięto]. Podstawę wystawienia przez agenta faktury za świadczenie usług w danym miesiącu kalendarzowym, stanowił [usunięto] (k. 89 akt adm.).

Pismem z dnia 12 stycznia 2015 roku Przedsiębiorca wyjaśnił, iż w trakcie działalności firmy doprowadził do zawarcia [usunięto] umów oraz że każdy klient zawierając umowę otrzymywał jej oryginał wraz z jedną kopią, regulamin świadczenia usług oraz „wzór oświadczenia o wypowiedzeniu umowy” wraz z podanym adresem (k. 39 akt adm.). Przedsiębiorca wskazał również, że nie posiada oświadczeń konsumentów o odstąpieniu od umowy, ponieważ klienci byli informowani, że pisma te należy kierować do siedziby ITI w Warszawie bądź w Krakowie.

Z oświadczeń złożonych do akt sprawy wynika, że Marcin Mokrzycki zaprzestał pośredniczenia przy zawieraniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oferowanych przez ITI w październiku 2014 roku (k. 39, 58 akt adm.), a zatem najpóźniej z dniem 31 października 2014 roku.

W okresie współpracy Spółka odnotowała [usunięto] przypadków złożenia przez konsumentów reklamacji oraz otrzymała [usunięto] oświadczeń o odstąpieniu od umowy zawartej za pośrednictwem Marcina Mokrzyckiego (k. 59 – 60 akt. adm.). Reklamacje dotyczyły między innymi wprowadzenia konsumentów w błąd co do możliwości rozwiązania, bez obowiązku zwrotu przyznanych ulg (zapłaty kar umownych), umów zawartych z dotychczasowym, innym dostawcą usług – najczęściej Cyfrowym Polsatem S.A. Przedsiębiorca informował konsumentów, że możliwość rozwiązania umowy z dotychczasowym dostawcą usług istnieje na przykład ze względu na zmianę regulaminu świadczenia usług, bądź zmianę (usunięcie) kanału telewizyjnego (programu). W reklamacjach kierowanych do ITI konsumenci podnosili m.in., że przedstawiciele firmy „IMPERIUM CYFROWE” zapewniali, że: „można przenieść [konsumenta] z Cyfrowego Polsatu do NC+ i że nie będzie on musiał załatwiać żadnych niepotrzebnych formalności”, „konsument może rozwiązać umowę z Cyfrowym Polsatem bez kar”, „można przejść z Cyfrowego Polsatu do NC+, ponieważ Cyfrowy Polsat zlikwidował program”, „umowa z Cyfrowym Polsatem będzie wypowiedziana bez konsekwencji”, „zmieniły się zasady i w trybie natychmiastowym, bez ponoszenia dodatkowych kosztów można rozwiązać umowę z Cyfrowym Polsatem”. Konsumenci wskazywali, również że „przekonano mnie do przejścia z powodu likwidacji przez Cyfrowy Polsat programu o czym nie poinformowali klientów”, „moja mama korzystała z umowy zawartej przez mojego męża z Cyfrowym Polsatem, jednakże pan zaproponował, że osobiście wyponie umowę bez żadnych konsekwencji oraz kar za zerwanie umowy, która jest w dalszym ciągu zawarta na mojego męża”, „przedstawiciel zaoferował mi założenie dekodera NC + z abonamentem 20 zł miesięcznie, załatwienie formalności rozwiązujących umowę z Polsatem i ponadto zapewnił mnie, że w ciągu jednego miesiąca mogę zrezygnować z podpisanej umowy, jeżeli nie będzie mi odpowiadać”.

Powyższe działanie Przedsiębiorcy stanowiło także przedmiot wystąpienia Powiatowego

Rzecznika Konsumentów w Pile z dnia 2 lipca 2014 roku (k. 367 – 368 akt adm.), skierowanego do ITI. Z wystąpienia wynika, że przedstawiciel firmy „IMPERIUM CYFROWE” zapewnił konsumentkę, że „*zmieniły się zasady i w trybie natychmiastowym, bez ponoszenia dodatkowych kosztów, może rozwiązać umowę z Cyfrowym Polsatem*”.

Konsumenci najczęściej dopiero po kilku tygodniach orientowali się, że wciąż są stronami umów zawartych z dotychczasowym dostawcą usług telewizyjnych oraz że z ich rozwiązaniem za wypowiedzeniem, w przypadku umów zawartych na czas oznaczony, związany jest obowiązek zwrotu przyznanych ulg (zapłaty kar umownych). W efekcie konsumenci związani byli dwiema umowami o świadczenie usług telewizyjnych oraz zobowiązani byli do ponoszenia podwójnych opłat z tytułu abonamentu.

Ponadto, ITI otrzymała [usunięto] reklamacji, z których wynikało że Marcin Mokrzycki zapewniał konsumentów o darmowym okresie świadczenia usług przez ITI. Najczęściej promocja bezpłatnego cyklu świadczenia usług wynosić miała 6 miesięcy [usunięto]. W celu zachęcenia konsumentów do skorzystania z oferty ITI, Przedsiębiorca informował klientów, że w przypadku zawarcia umowy ze Spółką początkowy okres świadczenia usług będzie bezpłatny. Przedsiębiorca stosował powyższy zabieg marketingowy udzielając konsumentom ustnej informacji odnośnie obowiązującego u dostawcy usług upustu w postaci okresu darmowego (np. „*sześć pierwszych miesięcy gratis*”), mimo iż taka forma upustu nie wynikała ze wzorów umów stosowanych przez ITI.

Niejednokrotnie konsumenci, w kierowanych do ITI pismach, wskazywali, że Marcin Mokrzycki, bądź jego przedstawiciele, zapewniali że „*sześć miesięcy [świadczenia usług telewizyjnych] będzie darmowe (gratis)*”, obiecywali „*sześciomiesięczny okres promocyjny – bezpłatny*”.

Z części przekazanych reklamacji wynikało również, że Przedsiębiorca nie przekazywał konsumentom egzemplarzy zawartych umów, dokumentów potwierdzających ich zawarcie oraz załączników, w tym regulaminów świadczenia usług oraz wzorów oświadczeń o odstąpieniu od umowy [usunięto]. Powyższe wynika zarówno z treści pism abonentów (skarg, reklamacji i oświadczeń o odstąpieniu od umowy) przekazanych przez ITI, jak i skarg przekazanych przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Pile.

Co więcej, część oświadczeń o odstąpieniu od umowy złożonych ITI została sporządzona przez abonentów samodzielnie (często odręcznie), bez wykorzystania jakiegokolwiek formularza. Mimo, iż Przedsiębiorca odbierał od abonentów pisemne oświadczenia o odebraniu przez nich wzorów oświadczeń o odstąpieniu od umowy, nie wręczał wzorów ww. oświadczeń. W reklamacjach kierowanych do Spółki abonenci wskazywali, że nie otrzymywali wzorów oświadczeń o odstąpieniu od umowy, a nawet żadnych dokumentów związanych z zawartą umową.

Powyższe znajduje odzwierciedlenie również w piśmie Przedsiębiorcy z dnia 12 stycznia 2015 roku, w którym wskazał, że przekazywał konsumentom jedynie: oryginał umowy wraz z jedną kopią, regulamin świadczenia usług oraz wzór „oświadczenia o wypowiedzeniu umowy wraz z podanym adresem” (k. 39 akt adm.). Pomimo wezwań w tym zakresie, Przedsiębiorca nie przedłożył Prezesowi Urzędu wzorów wymienionych dokumentów, w tym przede wszystkim wzoru „oświadczenia o wypowiedzeniu umowy”.

Dodatkowo, z informacji przekazanych przez ITI wynika, że Marcin Mokrzycki doprowadził do zawarcia [usunięto] umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych (Przedsiębiorca wskazał, że zawarł jedynie [usunięto]).

Z informacji przekazanych przez Naczelnika Urzędu Skarbowego w Pile wynika, że obrót osiągnięty przez Przedsiębiorcę w 2014 roku z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej wyniósł, po zaokrągleniu do pełnych złotych, [usunięto] zł. Natomiast, w 2013 roku

Przedsiębiorca osiągnął obrót w wysokości [usunięto] zł (k. 480 akt adm.).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Stosownie do przepisu art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana jest w ramach działań Prezesa Urzędu w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospoleczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogli za jego pośrednictwem zawrzeć z ITI umowę o świadczenie usług telewizji cyfrowej. Działania Przedsiębiorcy w niniejszej sprawie nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. Zatem w niniejszej sprawie istnieje możliwość poddania zachowania Przedsiębiorcy dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ocenę tę poprzedzić należy stwierdzeniem, że Marcin Mokrzycki, prowadzący działalność gospodarczą pod firmą Marcin Mokrzycki „IMPERIUM CYFROWE”, jest przedsiębiorcą w rozumieniu przepisu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Wykonuje on działalność gospodarczą w oparciu o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej RP. Mimo zawieszenia z dniem 1 marca 2015 roku wykonywania działalności gospodarczej, Marcin Mokrzycki pozostaje przedsiębiorcą w ujęciu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn.: Dz. U. z 2015 r., poz. 584). W konsekwencji powyższego, działania Przedsiębiorcy podlegają kontroli Prezesa Urzędu z punktu widzenia ich zgodności z przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast zgodnie z dyspozycją art. 24 ust. 2 ww. ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy, w szczególności: stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ kpc (pkt 1), naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2) oraz nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3).

Dla stwierdzenia, iż zachowanie przedsiębiorcy spełnia przesłanki ww. praktyk niezbędne jest, aby zachowanie przedsiębiorcy było bezprawne i naruszało zbiorowy interes konsumentów.

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa (por. Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji pod red. Janusza Szwai, Wyd. CH Beck, Warszawa 2000 r., str. 117-118). Natomiast zbiorowe interesy konsumentów to prawa nieograniczonej liczby konsumentów.

Spełnienie przesłanki bezprawności wykazane zostało w niniejszej decyzji odrębnie dla każdej z przypisanych Przedsiębiorcy praktyk. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów omówione zostanie natomiast łącznie, z uwagi na zbliżony charakter i znaczenie tej przesłanki dla wszystkich praktyk objętych prowadzonym postępowaniem.

1. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów.

Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07) wyjaśnił, że gramatyczna wykładnia pojęcia zbiorowy interes konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka skierowana jest do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Zdaniem Sądu, wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy uznał, że *praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.*

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pod tym pojęciem należy rozumieć ściśle ekonomiczne interesy konsumentów (o wymiarze majątkowym) oraz prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest zatem konieczne ustalenie, że którykolwiek z konsumentów został rzeczywiście poszkodowany wskutek stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki.

W niniejszej sprawie skutkami działań Przedsiębiorcy dotknięty mógł zostać nieoznaczony z góry krąg konsumentów – wszyscy konsumenci, którym Przedsiębiorca oferował zawarcie umowy o świadczenie usług telewizji cyfrowej. Stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych określonych w zarzutach I – II, mogło naruszyć interes każdego konsumenta do którego Przedsiębiorca kierował swoje działania

Nie ma zatem wątpliwości, że działania Przedsiębiorcy naruszały zbiorowe interesy konsumentów jako zbiorowości.

2. Bezprawność naruszeń

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Art. 24 ustawy nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, ale powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. Sąd Najwyższy w uchwale z dnia 13 lipca 2006 r. sygn. akt III SZP 3/2006 wskazał, że za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów *można uznać zachowania naruszające przepisy innych ustaw, które nakładają na przedsiębiorcę określone obowiązki względem konsumenta (...). Zachowania takie stanowią bowiem jednocześnie*

zachowania bezprawne i skutkują zniesieniem, ograniczeniem lub zniekształceniem praw konsumentów, wpływając tym samym na chronioną przez przepis obowiązującego prawa sferę ich interesów.

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów - dalej: SOKiK – z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07). O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego *całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego* (wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r., sygn. I PKN 267/2001).

Przedsiębiorcy zarzucono stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów polegających na godzących w zbiorowe interesy konsumentów bezprawnych działaniach, mających postać nieuczciwych praktyk rynkowych. Nadto, Prezes Urzędu zarzucił Przedsiębiorcy stosowanie praktyki, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 u.o.k.k., polegającej na niewykonywaniu obowiązku przekazywania konsumentom, w chwili zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa, wzorów oświadczeń o odstąpieniu od umowy, co z naruszeniem art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, ograniczało podstawowe uprawnienie konsumentów do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

Zaznaczyć należy, iż zgodnie z art. 52 w zw. z art. 55 ustawy o prawach konsumenta, z dniem 25 grudnia 2014 r., ustawa z dnia 2 marca 2000 roku o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jedn. tekst jedn.: Dz. U. z 2012 r., poz. 1225) utraciła moc. W kontekście niniejszej sprawy podkreślić należy, że zgodnie z art. 51 ustawy o prawach konsumenta, do umów zawartych przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy stosuje się przepisy dotychczasowe. Mając na względzie powyższe oraz okoliczność, że Przedsiębiorca pośredniczył w zawieraniu umów z konsumentami i w konsekwencji stosował swoje praktyki do końca października 2014 roku, czyli przed dniem wejścia w życie ustawy o prawach konsumenta, w myśl zasady wskazującej na zakaz retroaktywności prawa, zakwestionowane praktyki mogą być oceniane pod kątem zgodności z przepisami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów. Podobnie, na ocenę praktyk stosowanych przez Przedsiębiorcę nie ma wpływu nowelizacja ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, dokonana na mocy art. 49 ustawy o prawach konsumenta.

3. Praktyki opisane w pkt I i II sentencji

Zgodnie z art. 3 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (dalej: ustawa o p.n.p.r.), stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych jest zakazane. Definicję praktyki rynkowej zawiera art. 2 pkt 4 przedmiotowej ustawy wskazując, iż za taką uznaje się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

Pojęcie produktu wskazane w wyżej przywołanym artykule ma znaczenie szerokie i obejmuje również pojęcie usługi. W zakresie pojęcia praktyki rynkowej mieści się zatem każdy czyn przedsiębiorcy (działanie jak i zaniechanie), oraz każda forma działania przedsiębiorcy (sposób postępowania, oświadczenie lub komunikat handlowy, w tym reklama i marketing). Istotnym jest, iż wskazane formy mogą być kwalifikowane jako praktyki rynkowe, wtedy tylko, gdy są bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta, tj. gdy

mogą oddziaływać na decyzje ekonomiczne konsumentów.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że zakwestionowane niniejszą decyzją praktyki, opisane w pkt I i II sentencji niewątpliwie mieszczą się w ustawowym pojęciu praktyki rynkowej. Wskazać bowiem należy, że zarówno wprowadzające w błąd informowanie konsumentów o możliwości bezkosztowego rozwiązania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej z dotychczasowym dostawcą usług oraz o obowiązywaniu, w ofercie ITI, bezpłatnego okresu świadczenia usług było bezpośrednio związane z promocją i dystrybucją oferowanych konsumentom usług i miało znaczący wpływ na decyzję ekonomiczną konsumentów.

Ustawa o p.n.p.r. dokonuje podziału nieuczciwych praktyk rynkowych na nieuczciwe praktyki rynkowe zakazane w każdych okolicznościach oraz praktyki rynkowe zakazane po spełnieniu przesłanek wskazanych w art. 4 ust. 1 tej ustawy, tj. klauzuli generalnej. Zgodnie z tym przepisem, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Art. 4 ust. 2 ustawy o p.n.p.r. zawiera otwarty katalog nieuczciwych praktyk rynkowych i wyróżnia m.in. praktyki rynkowe wprowadzające w błąd.

Praktyki wprowadzające w błąd mogą polegać zarówno na działaniu (art. 5) jak i zaniechaniu (art. 6), przy czym, co do zasady, nie są one zakazane w każdych okolicznościach (art. 7). Oznacza to, że przypisanie przedsiębiorcy stosowania praktyk rynkowych wprowadzających w błąd wymaga odniesienia zarówno do ogólnej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej zawartej w art. 4 ust. 1 ustawy o p.n.p.r., jak również definicji praktyki wprowadzającej w błąd zawartej w art. 5 lub art. 6 ustawy o p.n.p.r.

Zaznaczyć należy, że dokonanie oceny, czy dana praktyka ma charakter działania bądź zaniechania wprowadzającego w błąd lub cechy agresywnej praktyki rynkowej, wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument. Jednocześnie ustawa definiując pojęcie przeciętnego konsumenta nakazuje przez nie rozumieć konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny, przy czym oceny powyższych cech dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Należy jednocześnie podkreślić, że wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej – nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada bowiem wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie. Rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak jak profesjonalista.

Odnosząc powyższe do okoliczności niniejszej sprawy, wskazać należy, że z ustaleń faktycznych sprawy nie wynika, aby Przedsiębiorca kierował opisaną w pkt I i II decyzji praktyki w stosunku do określonego kręgu konsumentów. W konsekwencji w analizowanym przypadku za przeciętnego konsumenta uznano osobę dorosłą, dostatecznie dobrze poinformowaną, uważną i ostrożną.

Mając na względzie wyżej poczynione ustalenia, postawiono Przedsiębiorcy zarzuty stosowania dwóch nieuczciwych praktyk rynkowych, a mianowicie:

- udzielania konsumentom, przed zawarciem umowy, wprowadzających w błąd informacji co do możliwości rozwiązania, bezpośrednio bądź za pośrednictwem Przedsiębiorcy, umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej z dotychczasowym dostawcą usług bez ponoszenia konsekwencji finansowych w postaci obowiązku zapłaty kary umownej,
- udzielaniu konsumentom, przed zawarciem umowy, wprowadzających w błąd informacji co do obowiązywania darmowego okresu świadczenia usług telekomunikacyjnych przez ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie i CANAL+ CYFROWY S.A. z siedzibą w Warszawie.

Pkt I sentencji decyzji

Zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy o p.n.p.r. 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. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1).

W prowadzonym postępowaniu Prezes Urzędu zarzucił Przedsiębiorcy stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na udzielaniu konsumentom, przed zawarciem umowy, wprowadzających w błąd informacji co do możliwości rozwiązania, bezpośrednio bądź za pośrednictwem Przedsiębiorcy, umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej z dotychczasowym dostawcą usług bez ponoszenia konsekwencji finansowych w postaci obowiązku zapłaty kary umownej, tj. zwrotu przyznanych ulg.

Ze zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego wynika, że Przedsiębiorca informował konsumentów, którym oferował zawarcie umowy, o możliwości bezkosztowego rozwiązania umów z dotychczasowym dostawcą, nie analizując przy tym ani rodzaju ani warunków zawartych przez nich wcześniej umów.

Powszechnie stosowaną wśród dostawców usług telekomunikacyjnych praktyką jest udzielanie abonentom, którzy zawarli umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na czas oznaczony, upustów i ulg od ceny abonamentu, z zastrzeżeniem że w przypadku rozwiązania przez abonenta umowy przed upływem okresu na jaki została zawarta, dostawca usług uprawniony będzie do żądania od abonenta zwrotu przyznanej ulgi (zapłaty kary umownej). Zgodnie z art. 57 ust. 6 ustawy z dnia 16 lipca 2004 roku Prawo telekomunikacyjne (tekst jedn.: Dz. U. z 2014 r., poz. 243), w przypadku zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, związanego z ulgą przyznaną abonentowi, wysokość roszczenia z tytułu jednostronnego rozwiązania umowy przez abonenta lub przez dostawcę usług z winy abonenta przed upływem terminu, na jaki umowa została zawarta, nie może przekroczyć wartości ulgi przyznanej abonentowi pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania. Jedynie w sytuacji jednostronnej zmiany, przez dostawcę usług, warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w czasie trwania umowy na czas oznaczony, abonent uprawniony jest do rozwiązania umowy bez konsekwencji finansowych. Zatem podmiotom działającym w branży usług telekomunikacyjnych powszechnie wiadomo, iż co do zasady nie jest możliwe swobodne rozwiązanie przez abonenta umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej na czas określony, bowiem w takim przypadku najprawdopodobniej zostanie on obciążony obowiązkiem zapłaty kary umownej, który przekreśla sens ekonomiczny zmiany dostawcy usług.

Marcin Mokrzycki, jako profesjonalny uczestnik rynku usług telekomunikacyjnych, z pewnością był świadomy powyższych zasad i praktyk stosowanych przez inne podmioty działające w branży. Co więcej, brak jest jakichkolwiek przesłanek, z których wynikałoby, że Przedsiębiorca, informując konsumentów o możliwości rozwiązania umowy z dotychczasowym dostawcą usług, szczegółowo analizował warunki tych umów, w celu weryfikacji zasad wypowiedzenia umowy i związanych z tym konsekwencji. Zatem udzielane przez niego informacje były obiektywnie nieprawdziwe.

Powyższe, informacyjne działanie przedsiębiorcy służyło zachęceniu konsumentów do przyjęcia oferty ITI i niejednokrotnie miało decydujący wpływ na zawarcie ze Spółką umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnej. Zakwestionowane działanie miało na celu stworzenie pozorów możliwości łatwej i bezkosztowej zmiany dostawcy usług telekomunikacyjnych w każdych okolicznościach, również dla abonentów związanych z dotychczasowymi operatorami (najczęściej Cyfrowym Polsatem S.A.) umowami na czas oznaczony. Co za tym idzie, zachowanie Przedsiębiorcy mogło istotnie zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy.

Jak wskazano powyżej, w celu przypisania Przedsiębiorcy stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, niezbędne jest także wykazanie, że praktyka ta była sprzeczna z dobrymi obyczajami. W wyroku z dnia 23 lutego 2006 roku sygn. akt XVII Ama 118/04 Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: SOKiK) stwierdził, że *„w stosunkach z konsumentami istota dobrego obyczaju sprowadza się do właściwego informowania o przysługujących uprawnieniach, nienykorzystywania uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnego traktowania partnerów umowy. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami SOKiK uznał działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności”*.

W niniejszej sprawie, za dobry obyczaj należy uznać prawo konsumentów do uzyskania rzetelnej i jednoznacznej informacji w zakresie oferowanego produktu lub usługi, związanego z nimi obowiązku spełnienia świadczenia oraz wszelkich uprawnień i obowiązków pozostających w związku z umową.

Konkludując, praktyka stosowana przez Marcina Mokrzyckiego była sprzeczna z dobrymi obyczajami, bowiem stanowiła wprowadzające w błąd działanie, bezpośrednio naruszające prawo konsumenta do uzyskania jednoznacznej i rzetelnej informacji co do skutków związanych z zawarciem nowych umów i rozwiązaniem dotychczasowych, zniekształcając tym samym proces decyzyjny konsumentów. W konsekwencji spełnione zostały przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 5 ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym

Prezes Urzędu uznał zatem, iż określona w pkt I sentencji decyzji praktyka Przedsiębiorcy była bezprawna. Przypisane Przedsiębiorcy działanie naruszało zbiorowe interesy konsumentów, co wskazane zostało powyżej, a zatem stanowiło ono praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku postępowania ustalono, że Marcin Mokrzycki zaprzestał pośredniczenia w zawieraniu umów z konsumentami, a co za tym idzie zaniechał stosowania zarzucanej mu praktyki, najpóźniej z dniem 31 października 2014 roku. Zgodnie z art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

W związku z powyższym, orzeczono jak w pkt I sentencji decyzji.

Pkt II sentencji decyzji

Również w punkcie II decyzji Przedsiębiorcy przypisano naruszenie zbiorowych interesów konsumentów poprzez stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej. Jak wskazano powyżej, w świetle art. 5 ust. 1 ustawy o p.n.p.r. za 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. Natomiast wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1 ustawy o p.n.p.r.).

Prezes Urzędu zakwestionował praktykę Marcina Mokrzyckiego sprowadzającą się do udzielania konsumentom, przed zawarciem umowy o świadczenie usług telewizji cyfrowej, wprowadzających w błąd informacji co do obowiązywania darmowego okresu świadczenia usług telekomunikacyjnych przez ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie i CANAL + CYFROWY S.A. z siedzibą w Warszawie.

Z ustalonego stanu faktycznego sprawy wynika, że Przedsiębiorca ustnie udzielał konsumentom informacji odnośnie obowiązującego upustu w postaci okresu darmowego (np. „szczęść pierwszych miesięcy gratis”). Dopiero po upływie okresu darmowego konsument opłacać miał stosowny abonament. Jednak w rzeczywistości oferta ITI nie zawierała takiej promocji.

W świetle powyższego przekazywane informacje miały charakter obiektywnie nieprawdziwych i służyły nakierowaniu konsumentów na podjęcie decyzji, której nie podjęliby znając rzeczywiste warunki umów, oferowane przez ITI.

W celu uznania stosowanej przez Przedsiębiorcę praktyki rynkowej za nieuczciwą również w tym przypadku konieczne jest powiązanie zakwestionowanego zachowania z naruszeniem dobrych obyczajów, o którym mowa w art. 4 ust. 1 i 2 ustawy o p.n.p.r. W kontekście praktyki przypisanej Przedsiębiorcy w punkcie II sentencji decyzji w pełni aktualne pozostają rozważania dotyczące sprzeczności jego działań z dobrymi obyczajami zaprezentowane w związku z pierwszą z zarzucanych praktyk. Również w tym przypadku zachowanie Marcina Mokrzyckiego godziło w dobre obyczaje poprzez naruszenie uprawnień konsumentów do otrzymania rzetelnej i jednoznacznej informacji odnośnie oferowanej usługi, w szczególności co do wysokości ceny i proponowanych upustów.

Reasumując, powyższe działanie Przedsiębiorcy wypełniało znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej z art. art. 5 ust. 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, bowiem jego istotę stanowiło rozpowszechnianie, w celach promocyjnych i marketingowych, nieprawdziwych informacji, które skutkowało podejmowaniem przez konsumentów decyzji, których inaczej by nie podjęli.

Przypisane Przedsiębiorcy działanie naruszało też zbiorowe interesy konsumentów, co wskazane zostało powyżej, a zatem stanowiło praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Również w kontekście stosowania przez Marcina Mokrzyckiego praktyki, o której mowa w pkt II sentencji decyzji, podkreślić należy, że Marcin Mokrzycki zaprzestał zawierania umów o świadczenie usług telewizji cyfrowej z konsumentami, a co za tym idzie zaniechał stosowania przypisanej mu praktyki, najpóźniej z dniem 31 października 2014 roku.

W związku z powyższym, orzeczono jak w pkt II sentencji decyzji.

Pkt III sentencji decyzji

W pkt III sentencji decyzji Prezes Urzędu umorzył postępowanie w zakresie stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki polegającej na nieprzekazywaniu konsumentom, w chwili zawierania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych poza lokalem przedsiębiorstwa, wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Ze skarg i zawiadomień załączonych do akt postępowania wynika, że pośrednicząc w sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa, Marcin Mokrzycki nie wręczał konsumentom wymaganego przez art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Przedsiębiorca, mimo kierowanych do niego wezwań, nie przedłożył w toku prowadzonego postępowania stosowanego w obrocie konsumenckim wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Pomimo oświadczenia o rzekomym stosowaniu „wzorca oświadczenia o wypowiedzeniu umowy”, Przedsiębiorca nie przekazał go Prezesowi Urzędu. Również umowa agencyjna, określająca warunki współpracy Przedsiębiorcy z ITI nie zawierała postanowień uszczegóławiających normę nakładającą na Przedsiębiorcę obowiązek przekazania stosownych formularzy. Jednakże, niedopełnieniem obowiązku, wskazanego w art. 3 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, nie można obciążyć podmiotu, który miał za zadanie jedynie pośredniczyć w zawieraniu umów.

Uprawnienie do odstąpienia od umowy stanowi podstawowe prawo konsumenta, który zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa. Powołanym przepis stanowi iż w przypadku zawarcia z konsumentem umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, przedsiębiorca powinien przed jej zawarciem poinformować konsumenta na piśmie o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od dnia jej zawarcia i wręczyć mu wzór oświadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem swojego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresem zamieszkania (siedziby). Zatem obowiązek respektowania uprawnienia konsumenta spoczywa na profesjonalnym podmiocie, z którym ostatecznie zawarta zostaje umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Odpowiedzialności za nieprzekazywanie wzorów spoczywa na przedsiębiorcy, będącym bezpośrednim kontrahentem konsumenta. Winy za niewykonanie ustawowego obowiązku nie można przypisać podmiotowi, który jedynie pośredniczył w zawieraniu umów, bowiem nie posiada on statusu strony umowy.

Z uwagi na powyższe, podstawę rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu w zakresie postawionego Przedsiębiorcy zarzutu stanowi art. 105 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego. Zgodnie z tym przepisem, gdy postępowanie z jakiegokolwiek przyczyny stało się bezprzedmiotowe w całości albo w części, organ administracji publicznej wydaje decyzję o umorzeniu postępowania odpowiednio w całości albo w części. W wyroku z dnia 24 kwietnia 2003 r. sygn. akt III SA 2225/01 Naczelny Sąd Administracyjny stwierdził m.in. że *przesłanka bezprzedmiotowości występuje, gdy brak jest podstaw prawnych do merytorycznego rozstrzygnięcia danej sprawy w ogóle bądź nie było podstaw do jej rozpoznania w drodze postępowania administracyjnego. Bezprzedmiotowość postępowania oznacza brak któregoś z elementów stosunku materialnoprawnego, skutkującego tym, iż nie można załatwić sprawy przez rozstrzygnięcie jej co do istoty. Jest to orzeczenie formalne, kończące postępowanie bez jego merytorycznego rozstrzygnięcia. Bezprzedmiotowość wynika z przyczyn podmiotowych lub przedmiotowych (...). Bezprzedmiotowość postępowania administracyjnego to brak przedmiotu postępowania. Tym przedmiotem jest zaś konkretna sprawa, w której organ jest władny i jednocześnie zobowiązany rozstrzygnąć na podstawie przepisów prawa materialnego o uprawnieniach lub obowiązkach indywidualnego podmiotu.*

Należy podkreślić, że okoliczności stanowiące podstawę do umorzenia postępowania mogą pojawić się zarówno przed wszczęciem postępowania, jak i w jego trakcie. Przepis art. 105 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego znajdzie zastosowanie również wówczas, gdy przesłanka czyniąca postępowanie bezprzedmiotowym istniała już w chwili jego wszczęcia, ale stała się organowi znana dopiero w toku postępowania administracyjnego.

W świetle powyższego, postępowanie w zakresie pkt III sentencji niniejszej decyzji należało umorzyć, bowiem stan faktyczny sprawy nie dawał podstaw do przypisania Przedsiębiorcy powyższej praktyki.

W związku z powyższym, orzeczono jak w pkt III sentencji decyzji.

4. Kara pieniężna

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ww. ustawy. Z powyższego wynika, że kara pieniężna ma charakter fakultatywny. Zatem o tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu. Zauważyć przy tym należy, że sankcja ta może zostać nałożona na przedsiębiorcę niezależnie od tego, czy dopuścił się naruszenia umyślnie czy też nieumyślnie. Ustalając wysokość nakładanej kary pieniężnej, Prezes Urzędu uwzględnia w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie jej naruszenie, a także okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia oraz działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy).

Ponadto, w przypadku gdy przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary (art. 106 ust. 5 u.o.k.k.). Natomiast, w sytuacji gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w trzyletnim okresie, o którym mowa powyżej, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie art. 106 ust. 5 u.o.k.k. nie przekracza równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro (art. 106 ust. 6 u.o.k.k.).

W niniejszej sprawie zastosowanie znajduje norma wyrażona w art. 106 ust. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ponieważ w 2012 roku Marcin Mokrzycki nie osiągnął żadnego obrotu z tytułu działalności gospodarczej, natomiast, w 2013 roku jego obrót wyniósł, po zaokrągleniu do pełnych złotych – [usunięto] zł, a w 2014 roku, po zaokrągleniu do pełnych złotych, kwotę [usunięto] zł. W związku z powyższym, maksymalna kara jaką Prezes Urzędu może nałożyć na Przedsiębiorcę stanowi kwotę 42.623 zł (w przeliczeniu kwota 10.000 euro według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2014 r., zgodnie z którym kurs euro wynosił 4,2623 zł).

Kara pieniężna za stosowanie zakazanych przez ustawę praktyk ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu. Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ustawy te okoliczności, które Prezes Urzędu winien uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej, wymieniając okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.

Z uwagi na przyznane Prezesowi Urzędu kompetencje do działania w ramach uznania

administracyjnego przy decydowaniu o zasadności i wysokości kary, w każdej sprawie w różnym stopniu Prezes Urzędu może zwrócić uwagę na poszczególne funkcje kary. W niniejszym przypadku nałożone kary stanowią przede wszystkim odczuwalną dla Przedsiębiorcy sankcję finansową za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Pomimo że Marcin Mokrzycki w marcu 2015 roku zawiesił działalność gospodarczą, Prezes Urzędu nie odstąpił od nałożenia na niego kary. Marcin Mokrzycki nadal posiada status przedsiębiorcy i w każdej chwili może podjąć zawieszoną działalność gospodarczą. W ocenie Prezesa Urzędu zapłata kar nie spowoduje też nieodwracalnych i trwałych konsekwencji finansowych i nie zagrozi dalszemu wykonywaniu działalności gospodarczej.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, w szczególności charakter przypisanych Przedsiębiorcy praktyk wskazanych w pkt I i II sentencji decyzji oraz ich możliwe skutki w sferze ekonomicznych interesów konsumentów, Prezes Urzędu uznał za uzasadnione zastosowanie wobec Marcina Mokrzyckiego poniższych sankcji finansowych.

Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje na umyślne naruszenie przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie zarzutów postawionych Przedsiębiorcy w pkt I i II sentencji niniejszej decyzji. Prezes Urzędu uznał, że Marcin Mokrzycki, jako fachowy podmiot działający w branży telekomunikacyjnej, znał zasady dotyczące zawierania oraz rozwiązywania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz posiadał szczegółową wiedzę co do promocji i ulg stosowanych przez ITI. W ocenie Prezesa Urzędu, Przedsiębiorca celowo udzielał konsumentom nieprawdziwych informacji, w celu nakłonienia ich do zawarcia umowy za jego pośrednictwem. Zdaniem Prezesa Urzędu, motywacją Przedsiębiorcy było uzyskanie jak największej prowizji od ITI. Marcin Mokrzycki, pośrednicząc w zawieraniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, otrzymywał od ITI wynagrodzenie (prowizję) ustalone w oparciu o liczbę umów, do zawarcia których doprowadził. Powyższe stanowiło motywację dla Przedsiębiorcy, aby w sposób bezprawny dążyć do maksymalizacji swoich obrotów. Co więcej, określone w pkt I i II niniejszej decyzji praktyki godziły w finansowy interes konsumentów. Abonenci, w związku z rozwiązaniem umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych na czas oznaczony, zawartych z innym niż ITI dostawcą usług, zobowiązani byli do zapłaty kar umownych, bądź – w przypadku drugiej z przypisanych Przedsiębiorcy praktyk – ponosili negatywne konsekwencje w sferze ekonomicznej przejawiające się koniecznością zapłaty abonamentu w wysokości wyższej niż pierwotnie ustalona. Zatem obydwie z przypisanych Przedsiębiorcy praktyk cechowały się wysokim stopniem szkodliwości, wywołując negatywne konsekwencje w sferze finansów konsumentów.

4.1. Kara określona w pkt IV.1. sentencji decyzji

W prowadzonym postępowaniu Przedsiębiorcy przypisano stosowanie dwóch nieuczciwych praktyk rynkowych. Pierwszą z nich polegała na wprowadzającym w błąd informowaniu konsumentów o możliwości bezkosztowego rozwiązania (osobiście bądź za pośrednictwem Przedsiębiorcy) umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z dotychczasowym, innym niż ITI Neovision S.A., dostawcą usług.

Stosowanie powyższej praktyki rynkowej Prezes Urzędu uznał za przejaw nierzetelnego i wysoce nieetycznego traktowania konsumentów.

Oceniając szkodliwość przedmiotowej praktyki Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że ujawniała się ona na etapie przedkontraktowym i trwała około 11 miesięcy – do chwili zakończenia współpracy z ITI. Prezes Urzędu uwzględnił również możliwość wywarcia działaniem Przedsiębiorcy negatywnych skutków w sferze interesów konsumentów, a zwłaszcza

możliwość naruszenia ich interesu ekonomicznego. W rzeczywistości bowiem konsumenci związani umowami na czas określony, zawartymi z innym niż ITI podmiotem, nie mogli rozwiązać pierwotnych umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych bez konieczności zapłaty kar umownych. Powszechną praktyką przedsiębiorców telekomunikacyjnych jest, że w przypadku wyboru przez konsumenta promocyjnej oferty usługi telekomunikacyjnej (np.: usługi telewizji) objętej umową na czas określony, przedsiębiorca zastrzega na swoją rzecz uprawnienie do żądania od abonenta zwrotu przyznanej ulgi w razie rozwiązania przez abonenta umowy przed upływem terminu na jaki została ona zawarta. Takie działanie odpowiada regulacji art. 57 ust. 6 ustawy z dnia 16 lipca 2004 roku prawo telekomunikacyjne. W takiej sytuacji możliwość bezkosztowego rozwiązania przez abonenta umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, zawartej na czas określony, ma charakter wyjątkowy i zachodzi wyłącznie w przypadku, gdy dostawca usług telekomunikacyjnych dokonuje jednostronnej zmiany treści warunków umowy, o czym informuje abonentów (art. 60 a ust. 1 ustawy prawo telekomunikacyjne).

Naruszenie ekonomicznego interesu abonentów przejawiało się koniecznością zapłaty kary umownej w związku z zamiarem rozwiązania umowy z dotychczasowym dostawcą usług bądź obowiązkiem uiszczania abonamentu tytułem związania dwiema równoległymi umowami o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Choć w okolicznościach niniejszej sprawy nie sposób mówić o dobrowolnej rezygnacji przez Przedsiębiorcę ze stosowania praktyki określonej w pkt I sentencji decyzji, to zdaniem Prezesa Urzędu, za złagodzeniem dolegliwości finansowej przemawia faktyczne zaprzestanie jej stosowania. Marcin Mokrzycki w najpóźniej z dniem 31 października 2014 roku zaniechał stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej. Natomiast za obostrzeniem kary przemawia umyślny charakter działań Przedsiębiorcy.

W związku z powyższym, za stosowanie praktyki opisaney w pkt I sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości 1.500 zł (słownie: tysiąc pięćset złotych).

4.2. Kara określona w pkt IV.2. sentencji decyzji

Ponadto, w przedmiotowym postępowaniu Prezes Urzędu ustalił, że Przedsiębiorca dopuścił się, godzącej w zbiorowe interesy konsumentów, nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na udzielaniu konsumentom wprowadzających w błąd informacji odnośnie obowiązywania, w ofertach ITI Neovision S.A. i CANAL+ Cyfrowy S.A., darmowego okresu świadczenia usług telewizji cyfrowej (pkt II sentencji decyzji).

Ta praktyka również ujawniała się na etapie przedkontraktowym i trwała około 11 miesięcy. Powyższe działanie Przedsiębiorcy w sposób oczywisty godziło w majątkowy interes konsumentów. Wbrew zapewnieniom Przedsiębiorcy, konsumenci zobowiązani byli do uiszczania abonamentu od początku świadczenia usług przez ITI, a tym samym do zapłaty na rzecz dostawcy usług łącznego wynagrodzenia w znacznie wyższej wysokości. Ze względu na wprowadzenie w błąd, konsumenci zawierając umowę nie otrzymywali prawdziwej, rzetelnej i jednoznacznej informacji odnośnie wysokości świadczenia, do spełnienia którego się zobowiązali.

Podobnie, jak przy ustalaniu wysokości kary za praktykę określoną w pkt I sentencji decyzji, Prezes Urzędu uznał, iż okolicznością łagodzącą jest fakt, iż Marcin Mokrzycki najpóźniej z dniem 31 października 2014 roku zaniechał stosowania działań naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast, za okoliczność obciążającą Przedsiębiorcę, Prezes Urzędu uznał okoliczność stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej w sposób umyślny, o czy była mowa powyżej.

W związku z powyższym, za stosowanie praktyki opisanej w pkt II sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu nałożył na Przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości 1.500 zł (słownie: tysiąc pięćset złotych).

Zdaniem Prezesa Urzędu, orzeczone kary są adekwatne do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kary te pełnią przede wszystkim funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest ponadto ich walor wychowawczy, odstrasżający dla innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51101010100078782231000000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 kpc – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów-Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i
Konsumentów Dyrektor Delegatury
Jarosław Küger

Otrzymuje:

Marcin Mokrzycki „IMPERIUM CYFROWE” w Pile
ul. Gryfitów 16
64 – 920 Piła