



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W KATOWICACH**

Katowice, 17 września 2015 r.

RKT-61-14/14/BP

DECYZJA Nr RKT – 9/2015

Stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.: Dz. U. z 2007 r. Nr 99, poz. 660; Nr 171, poz. 1206; Dz. U. z 2008 r. Nr 157, poz. 976, Nr 223, poz. 1458, Nr 227, poz. 1505; Dz. U. z 2009 r. Nr 18, poz. 97, Nr 157, poz. 1241; Dz. U. z 2011 r. Nr 34, poz. 173) w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945) oraz § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887)

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko **Milmex Systemy Komputerowe Sp. z o.o. z siedzibą w Sosnowcu**,

I. na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na stosowaniu przez Milmex Systemy Komputerowe Sp. z o.o. z siedzibą w Sosnowcu nieuczciwej praktyki rynkowej poprzez wprowadzające w błąd rozpowszechnianie informacji dotyczących istoty zawieranej z konsumentami umowy o świadczenie usług darmowego dostępu do sieci Internet, na okres do dwóch lat, z pominięciem informacji dotyczących konieczności zawarcia umowy kredytowej z instytucją finansującą, której stroną jest konsument i zobowiązań stąd wynikających, co jest niezgodne z w art. 5 ust. 1 i 3 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ww. ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), a poprzez to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 31 grudnia 2014 r.,**

II. na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 2 i 4 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, **zobowiązuje się Milmex Systemy Komputerowe Sp. z o.o. z siedzibą w Sosnowcu do publikacji punktu I. sentencji niniejszej decyzji** – uwzględniającego numer oraz datę wydania decyzji – na oficjalnej stronie internetowej spółki o adresie www.milmex.pl lub innej obowiązującej w trakcie obowiązkowi utrzymania publikacji w ten sposób, że odnośnik do treści punktu I. sentencji powinien zostać umieszczony na stronie głównej spółki oraz utrzymywanie ww. publikacji na przedmiotowej stronie internetowej przez okres **1 (jednego) roku**.

UZASADNIENIE

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także „Prezesem Urzędu”), przeprowadzono postępowanie wyjaśniające o sygn. akt RKT-405-13/14/BP w sprawie działalności Milmex Systemy Komputerowe Sp. z o.o. z siedzibą w Sosnowcu (zwana dalej także „spółką”, „przedsiębiorcą” lub „operatorem”). W toku prowadzonego postępowania powzięto podejrzenie, iż przedsiębiorca stosował nieuczciwą praktykę rynkową opisaną w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji, wobec czego za konieczne uznano wszczęcie niniejszego postępowania administracyjnego. W tych okolicznościach, Postanowieniem nr 1 z 29 grudnia 2014 r. (dowód: karty nr 2 – 6) wszczęto z urzędu przedmiotowe postępowanie administracyjne, co uczyniono po uprzednim przekazaniu sprawy przez Prezesa Urzędu (dowód: karta nr 1).

W toku niniejszego postępowania spółka nie odniosła się do zarzutów sformułowanych w postanowieniu o wszczęciu niniejszego postępowania.

Pismem z 30 czerwca 2015 r. przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego (dowód: karta nr 891). W wyznaczonym terminie przedsiębiorca nie skorzystał z uprawnienia do zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

Milmex Systemy Komputerowe Sp. z o.o. z siedzibą w Sosnowcu prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego pod nr 0000199165. Spółka jest właścicielem sieci NetMaks – punkt 1.a. regulaminu promocji i sprzedaży premiowej „Internet Unijny 2 lata za darmo” (dowód: karty nr 9, 18). Przedmiotem działalności spółki jest między innymi działalność w zakresie telekomunikacji przewodowej, telekomunikacji bezprzewodowej (z wyłączeniem telekomunikacji satelitarnej) oraz działalność związana z oprogramowaniem (dowód: karty nr 584-588).

Ustalono, że spółka wybudowała w wielu regionach kraju (m.in. takich miejscowościach jak Częstochowa, Bielsko-Biała, Kraków, Kuźnia Raciborska, Wodzisław Śląski, Rydułtowy, Tarnów, Opole, Nysa, Lublin, Chełm, Zamość, Przemyśl, Żywiec, Wisła, Skoczów, Wieluń, Kępno Augustów, Suwałki oraz Zgorzelec) nowoczesną infrastrukturę dostępową w obszarach „ostatniej mili”. Dokonała tych inwestycji przy wsparciu instytucji samorządowych, unijnych, a częściowo przy wsparciu dotacyjnym. Spółka wprowadzając na rynek usługi internetowe zastosowała klasyczne oferty handlowe, komercyjne – w pełni płatne, ale równocześnie stworzyła możliwość skorzystania przez usługobiorców z oferty promocyjnej, ograniczonej czasowo. Oferta handlowa o nazwie „Unijny Internet 2 lata ZA DARMO” i poszczególne odmiany tej promocji, miała na celu przede wszystkim wypromowanie usług świadczonych przez Milmex. Zgodnie z punktem 1.b. ww. oferty handlowej w promocja oznaczała akcję promocyjną oraz sprzedaż premiową, prowadzoną pod nazwą „Internet Unijny 2 lata ZA DARMO!”, w związku z komercyjnym uruchomieniem przez spółkę sieci Netmaks w ramach realizowanych przez spółkę przedsięwzięć unijnych budowy wieloregionalnych szerokopasmowych sieci dostępowych od Internetu i telefonii z wykorzystaniem technologii WiMAX Mobile 16e/LTE (dowód: karty nr 9, 18). Ustalono, że oferta spółki dotycząca usługi bezpłatnego dostępu do sieci Internet była dostępna na całym obszarze działalności operatora. Oferta przewidywała dwa warianty. Pierwszy z nich wiązał się z finansowaniem kaucji zwrotnej – w wysokości 2.499 zł – ze środków własnych konsumenta, a drugi wariant dotyczył finansowania kaucji ze środków pozyskanych w ramach kredytu gotówkowego oferowanego przez Bank Poczty S.A. z siedzibą w Bydgoszczy – instytucję finansującą.

W cenniku tej promocji opłaty jednorazowe oraz kaucje zwrotne (jednorazowe) związane z usługą Internetu zostały określone na następującym (lub podobnym) poziomie:

- ✓ Aktywacja usług – 69,00 zł brutto,
- ✓ Wykonanie instalacji/deinstalacji zewnętrznej w lokalu klienta (outdoor) 19,00 zł brutto,
- ✓ Kaucja (zwrotna) za Urządzenia Abonenckie – 2499 zł.

Zgodnie z cennikiem tej promocji „Kaucja za Urządzenia Abonenckie pobierana w momencie zawarcia Umowy stanowi zabezpieczenie wykonania umowy abonenckiej przez Abonenta, w tym przede wszystkim zabezpieczenie zwrotu sprzętu współfinansowanego przez Unię Europejską, udostępnianego Abonentowi do użytkowania, a pozostającego własnością Operatora, zabezpieczenie odszkodowawcze z tytułu uszkodzenia, zniszczenia lub zawłaszczenia urządzeń przez Abonenta w trakcie lub po wygaśnięciu Umowy. Kaucja za Urządzenia Abonenckie jest rozliczana i zwracana na zasadach określonych w Regulaminie Promocji i Sprzedaży Premiowej „Internet Unijny 2 lata ZA DARMO! II”.

Mechanizm kaucji zwrotnej miał zabezpieczać przed zniszczeniem, kradzieżą etc. nabyte ze środków unijnych udostępnione konsumentom urządzenia abonenckie. Kaucja zwrotna pobierana przy zawarciu umowy abonenckiej miała zabezpieczać wymagany zwrot do spółki sprzętu abonenckiego po ustaniu tej umowy, którego właścicielem jest spółka, a którego nabycie dokonane zostało z dofinansowaniem ze środków unijnych, do utrzymania którego spółka jest zobowiązana przez okres trwania unijnego projektu. Zakres współfinansowania jest określony w każdej z przekazanych przez spółkę umów. Ustalono ponadto, że w ramach promocji „Internet Unijny” klient może, w zależności od wybranych usług, otrzymać szereg różnych urządzeń, pozostających własnością operatora. Należą do nich:

- ✓ urządzenie dostępne wewnętrzne indoor z bramką VIP oraz WiFi – wartość orientacyjna [...] zł netto,
- ✓ urządzenie dostępne zewnętrzne z anteną oraz WiFi – wartość orientacyjna [...] zł netto,
- ✓ kompletny zestaw komputerowy All-in-one – wartość orientacyjna [...] zł netto.

Przy ustalaniu wysokości kaucji zabezpieczającej urządzenia abonenckiego spółka przyjęła wskaźnik [...] -krotności wartości przekazywanego sprzętu wraz z kosztami instalacji tak, aby w trakcie trwania umowy klient mógł w ramach jednej kaucji włączać i wyłączać usługi dodatkowe według własnych potrzeb. Przyjęty wskaźnik zabezpieczenia jest, w opinii spółki, powszechnie stosowany przez instytucje finansowe przy ustalaniu wartości zabezpieczeń (dowód: karta nr 131).

Na podstawie przedstawionej przez spółkę umowy agencyjnej nr AGN/KAT/MILMEX z 21 grudnia 2011 r. ustalono, iż instytucją finansującą wpłacenie przez konsumenta kaucji za urządzenie abonenckie jest Bank Pocztowy S.A. z siedzibą w Bydgoszczy (dowód: karty nr 218-228). Ustalono jednak, że Bank na podstawie ww. umowy nie zawierał z konsumentami umów w zakresie kredytowania kaucji zwrotnej urządzenia abonenckiego, związanej z ofertą darmowego, unijnego dostępu do sieci Internet. Na podstawie tej umowy Milmex zobowiązał się do wykonywania w imieniu i na rzecz Banku czynności faktycznych związanych z pośrednictwem finansowym przy sprzedaży produktów bankowych, w tym w szczególności kredytów gotówkowych i rachunków bankowych, zgodnie z udzielonym przez Bank upoważnieniem. Umowy zawierane przez Bank z klientami pozyskanymi przez Milmex były umowami o kredyt gotówkowy – na dowolne cele konsumpcyjne. Ich uruchomienie następowało w formie bezgotówkowej na wskazane w umowach kredytowych rachunki oszczędnościowo-rozliczeniowe kredytobiorców. Umowy te nie zawierały postanowień o kredytowaniu kaucji zwrotnej. Milmex nie był stroną żadnej z umów kredytowych zawartych pomiędzy Bankiem a konsumentami, a wyłącznie pośredniczył przy ich zawieraniu.

Równocześnie ustalono, że Bank nie zawierał ze spółką żadnych umów dotyczących współpracy w zakresie świadczenia przez nią usług telekomunikacyjnych. W umowie agencyjnej zastrzeżono, że spółka nie jest uprawniona do dokonywania w imieniu i na rzecz Banku jakichkolwiek czynności prawnych ani składania innych oświadczeń woli. Zawierając umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych spółka działała we własnym imieniu i na własny rachunek. Na podstawie przedmiotowej umowy agencyjnej pracownicy Milmex, jak i jego zewnątrzni przedstawiciele handlowi udostępniali w imieniu Banku niezbędne formularze kredytowe oraz oferowali pomoc przy ich wypełnieniu. Zebrana dokumentacja miała być dostarczana do siedziby Banku, gdzie jego przedstawiciele po ocenie zdolności kredytowej konsumenta uruchamiali bądź nie wnioskowany przez niego kredyt konsumencki, którego wyłącznym dysponentem był konsument – kredytobiorca. Na podstawie pisemnej dyspozycji abonenta całość środków kredytowych lub ich część odpowiadająca wysokości kaucji zabezpieczającej przekazywana była na rachunek bankowy operatora celem dopełnienia formalności określonych w poszczególnych edycjach promocyjnych „Internet unijny 2 lata za darmo”.

Ustalono, iż Bank za pośrednictwem Milmex zawarł co najmniej [...] umowy o kredyt gotówkowy „Kredyt Raz Dwa”. Trzy ostatnio faktycznie zawarte przez Bank umowy kredytu za pośrednictwem Milmex pochodzą odpowiednio z 21, 22 i 25 listopada 2013 r. Ustalono równocześnie, iż w dniu 18 listopada 2013 r. Bank odnotował pierwsze przypadki opóźnień w spłatach kredytów zawartych za pośrednictwem spółki Milmex. Umowy o kredyt gotówkowy za pośrednictwem Milmex zawierały osoby w różnym wieku, osiąganych dochodach oraz posiadanym wykształceniu. Stronami umowy w większości przypadków byli mężczyźni ([...] %). Około [...] % konsumentów to osoby w wieku od 25 do 45 lat, [...] % osoby w wieku od 45 do 65 lat, a około [...] % umów było zawieranych przez osoby powyżej 65 roku życia. [...] % klientów osiągało dochody w przedziale pomiędzy 1000 a 2000 zł, [...] % w przedziale pomiędzy 2000 a 3000 zł, a [...] % osiągało dochody powyżej 3000 zł. W większości przypadków kredytobiorcy-abonenci posiadali co najmniej średnie wykształcenie ([...] %), z czego [...] % posiadało wykształcenie wyższe magisterskie.

Ustalono również, że na dzień 13 czerwca 2014 r. Bank zakwalifikował do działań windykacyjnych łącznie [...] umowy kredytowe zawarte za pośrednictwem Milmex, z czego [...] z tych umów znajduje się na etapie wypowiedzenia umowy, [...] umowy obsługiwane są przez kredytobiorców w ramach dobrowolnych spłat, a w odniesieniu do [...] umów wszczęto procedurę uzyskania tytułu egzekucyjnego w oparciu o sądowe postępowanie upominawcze. Równocześnie ustalono, że na dzień 16 kwietnia 2014 r. Milmex zawarł [...] umów dotyczących promocji darmowego dostępu do sieci Internet, w przypadku których kaucja zwrotna została sfinansowana ze środków własnych konsumenta oraz [...] umów, w przypadku których kaucja została sfinansowana poprzez kredyt gotówkowy zaciągnięty w Banku.

Ustalono, że w Załączniku do Umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych spółka w § 6 ust. 1 stosowała postanowienie, zgodnie z którym „Dostawca zobowiązuje się w okresie trwania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na podstawie Regulaminu Promocji „Internet unijny 2 lata za darmo! II” do spłaty wraz z odsetkami poszczególnych rat pożyczki udzielonej przez Bank oraz innych ewentualnych opłat, wynikających z umowy pożyczki, za Abonenta, na warunkach określonych w niniejszym porozumieniu” (dowód: karta nr 548). Ustalono jednak, że załącznik ten był dołączany tylko do części umów. Spółka wyjaśniła, że załącznik ten był odpowiedzią na pojawiającą się możliwość stworzenia takiej konstrukcji umowy kredytowej dla zabezpieczenia kaucji zwrotnej. W okresie w jakim spółka oferowała usługi darmowego dostępu do sieci Internet przedmiotowy załącznik nigdy nie miał stanowić integralnej części umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. W

przypadku zaś niektórych zawieranych przez spółkę umów – związanych z finansowaniem kaucji zabezpieczającej za pośrednictwem kredytu uzyskanego w Banku Pocztowym – były do nich dołączane tzw. „Deklaracje spłaty kredytu przez Milmex Systemy Komputerowe sp. z o.o.”. W przykładowym takim dokumencie znajdziemy następujące informacje: „Niniejszy dokument jest gwarancją spłaty wszystkich zobowiązań kredytowych (w tym rat kredytowych, odsetek oraz wszelkich kosztów związanych ze zmianami oprocentowania kredytu w okresie kredytowania) przez firmę Milmex (...). Firma Milmex (...) zobowiązuje się do regularnej spłaty kredytu zgodnie z umową kredytową nr ... (...)” (dowód: karta nr 730).

Działaniom związanym z oferowaniem usługi darmowego dostępu do sieci Internet na okres dwóch lat towarzyszyły również działania marketingowe – m.in. w formie reklamy radiowej oraz zewnętrznej.

Reklama radiowa pt. „Netmaks”, trwająca 30 sekund była emitowana przez spółkę w okresie od 23 maja 2013 r. do 5 czerwca 2013 r. w następujących lokalnych rozgłośniach radiowych: ESKA Kraków, Tarnów, Zamość, Przemyśl, Lublin, Opole oraz w stacjach regionalnych: Radio 90 (Wodzisław, Racibórz), Radio 5 (Augustów, Suwałki), Radio SUD (Kępno), Radio Ziemi Wieluńskiej (Wieluń), Radio Jura (Częstochowa i okolice) i Radio Planeta (Bielsko-Biała). W każdej z ww. stacji radiowych zostało przeprowadzonych 80 emisji następującego komunikatu: „Uwaga !! uwaga !! Infostrada NetMaks. Sprawdź czy możesz mieć Internet unijny przez dwa lata za darmo !! Szybki – do 10Mb na sekundę. Bezpieczny – bez limitów transferu i bez zakłóceń. Internet WiMAX / LTE przez dwa lata za darmo! Zapraszamy do Salonu NetMaks. NetMaks Internet unijny na 2 lata za darmo”.

Równocześnie w terminie od 11 do 14 maja 2013 r. spółka za pomocą przyczep reklamowych z nagłośnieniem z wykorzystaniem spotu reklamy radiowej przedstawionej powyżej reklamowała swoją ofertę w następujących miejscowościach (w nawiasie podano ilość dni emisji): Częstochowa (4), Bielsko-Biała (3), Wisła (1), Istebna (1), Wodzisław Śląski (2), Kuźnia Raciborska (2), Skoczów (2), Brenna (2), Golezów-Haźlach-Dębowiec (2), Żywiec (2), Wieluń (3), Kępno (2), Przemyśl (3), Tarnów (3), Lublin (3), Chełm (3), Zamość (3), Opole (3), Nysa (2), Zgorzelec (2), Suwałki (2), Kraków (4), Zabierzów (1) oraz Proszowice (1). Na przyczepach reklamowych widniała informacja: „Unijny Internet na 2 lata za darmo!”.

W okresie od 1 do 15 czerwca 2013 r. spółka przeprowadziła kampanię outdoorową z użyciem billboardów, na których widniała informacja: „Unijny Internet na 2 lata za darmo!”. Z przedmiotowym komunikatem spółka dystrybuowała również następujące materiały reklamowe: plakaty (w rozmiarze B1, B2 oraz A4 ze zrywkami), ulotki w formacie A5 i A6, banery reklamowe, tablice reklamowe, flagi oraz wizualizacje. Spółka prowadziła również kampanię internetową poprzez portale społecznościowe (np. Facebook) oraz portale internetowe: naszemiasto.pl, ox.pl, gumtree.pl, tablica.pl, arena.pl, telepolis.pl, alegatka.pl, media2.pl.

Prezes Urzędu za pośrednictwem Banku Pocztowego S.A. oraz miejskich i powiatowych rzeczników konsumentów zgromadził liczne skargi na działalność spółki w zakresie związanym z zawieraną umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych, brakiem konieczności samodzielnego finansowania przez nich kaucji zabezpieczającej oraz zobowiązaniem spółki do regulowania należności wynikających z zawartej umowy kredytowej z Bankiem Pocztowym. Konsumenty w skargach wskazywali m.in., że:

- „W dniu (...) odwiedziłam Salon Sprzedaży NETMAX w (...) w sprawie podłączenia internetu. Użyto podstępów wobec mnie i bez mojej zgody podsunęto mi do podpisania dokumenty o pożyczce. Myśląc, że podpisuję Umowę na internet podpisałam nieświadomie również Umowę o kredyt gotówkowy „Kredyt Raz Dwa” (...), Umowę o

prorowadzenie rachunków bankowych, o kartę płatniczą oraz świadczenie usług drogą elektroniczną (...)" (dowód: karta nr 256),

- „Kredyt (...) podpisany był w siedzibie firmy Milmex Systemy Komputerowe w (...), bez obecności pracownika Banku Poczтового tylko i wyłącznie z pracownikiem firmy Milmex Systemy Komputerowe. Całość kredytu została przekazana przez Bank Pocztowy na konto firmy Milmex w formie bezgotówkowej. W załączniku do umowy &6 punkt 1 Firma Milmex zobowiązuje się spłacać raty pożyczki wraz z odsetkami do Banku Poczowego. Dla nas miał to być bezpłatny internet z programu unijnego. (...) nikt z nas jako klientów nie został poinformowany o ubezpieczeniu od następstw nieszczęśliwych wypadków dla kredytobiorców na kwotę 672 zł. Przy podpisywaniu umowy kredytowej z Bankiem Poczowym nie było żadnego pracownika Banku Poczowego, a pracownik firmy Milmex mówił o kredycie w kwocie 2499 zł" (dowód: karta nr 258),
- „W dniu (...) zostałam zawiadomiona telefonicznie przez przedstawiciela Firmy Milmex, że Bank Pocztowy S.A. przyznał mi kredyt gotówkowy w wysokości 2.499 zł i możliwe jest podpisanie umowy z Firmą Milmex na świadczenie usług telekomunikacyjnych w ramach pakietu „Internet Unijny 2 lata za darmo II" (...) Warunkiem podpisania tej umowy było przyznanie kredytu gotówkowego przez Bank Pocztowy na pokrycie kaucji gwarancyjnej dla Firmy Milmex. W podpisanej przeze mnie umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych Firma Milmex zobowiązała się do spłaty kredytu z Banku Poczowego przyznanego na moją osobę. Bank Pocztowy S.A. przelał na konto Firmy Milmex (NetMaks) całą kwotę kredytu (...)" (dowód: karta nr 281),
- „(...) Firma NETMAKS-MILMEX systemy komputerowe spółka z o.o. dokonując sprzedaży usługi darmowego internetu na dwa lata ze środków unijnych zobowiązała się do spłaty kredytu gotówkowego (...), który miałem zaciągnąć. Firma NETMAKS-MILMEX zobowiązała się do pokrywania rat kredytu ze środków unijnych. NETMAKS-MILMEX deklarowała iż ma podpisaną umowę z bankiem pocztowym i bank wpłaci kaucję i pokryje wszystkie koszty. Rozliczenia miały odbywać się pomiędzy bankiem a firmą NETMAKS-MILMEX (...)" (dowód: karta nr 299),
- „Bardzo proszę o wstrzymanie naliczania odsetek od kredytu gotówkowego (...) Prośbę swą motywuję tym, że zawarłam umowę z firmą NETMAKS, która miała spłacać raty kredytu i nie wywiązuje się z tych płatności. Tak naprawdę to ta firma jest prawdziwym dłużnikiem dla Banku Poczowego" (dowód: karta nr 369),
- „(...) Podkreślam, że pracownik NetMax zapewniał mnie, że macie podpisaną umowę z bankiem i na pewno nie będę musiał spłacać rat" (dowód: karta nr 480),
- „Proszę o wykreślenie nas z listy dłużników. Zaistniała sytuacja powstała nie z naszej winy, według umowy, kaucję powinien spłacać Milmex Systemy Komputerowe w Sosnowcu (...)" (dowód: karta nr 499),
- „(...) Firma NETMAKS od samego początku przekonywała mnie, iż Bank Pocztowy jest partnerem projektu, a o spłatę kredytu nie muszę się martwić, gdyż podejmuje się tego firma NETMAKS. Zostało to potwierdzone umową (...) Tak jak jest to zapisane w umowie, kwota kredytu w całości była przekazana na rachunek firmy NETMAKS, dostawcy usługi – internet za darmo. A ja nigdy nie miałam dostępu do tych środków ani do konta założonego na moje nazwisko (...)" (dowód: karta nr 570),
- „W dniu (...) podpisałem z firmą Netmaks umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz został zaciągnięty przeze mnie – za pośrednictwem ww. firmy kredyt w banku pocztowym na zabezpieczenie urządzeń abonenckich (kredyt miała spłacać ww. firma). Od (...) firma Netmaks przestała dostarczać mi Internet i przestała spłacać

- raty. (...) Internet jak zapewniała firma Netmaks był dotowany przez Unię Europejską i miał być darmowy a obecnie nie mam tego internetu, a bank upomina się o kolejne raty (...)” (dowód: karta nr 618),
- „(...) Dostawca świadczenie usługi uwarunkował kaucją o którą w moim imieniu wnioskuje w Banku Pocztowym jako kredyt, na którą uczynił siebie jej beneficjentem jednocześnie zobowiązując się do jej całkowitej spłaty wraz z odsetkami i wszystkimi opłatami dodatkowymi (załącznik do umowy, paragraf 6). Dostawca spłacał kredyt do 31 grudnia 2013 r. Od tego terminu nie spłaca w moim imieniu rat kredytu (...)” (dowód: karta nr 638),
 - „(...) Na podstawie promocji „Internet Unijny 2 lata za darmo” Dostawca (...) zawarł ze mną umowę Abonencką (...) i w celu wymaganej kaucji zwrotnej wnioskuje w moim imieniu u swojego partnera biznesowego Bank Poczty o kredyt konsumencki (...), na który Dostawca uczynił siebie beneficjentem, jednocześnie przyjmując zobowiązanie do całkowitej spłaty wraz z odsetkami i wszystkimi opłatami zawartymi w umowie i harmonogramie Banku Poczty (...)” (dowód: karta nr 653),
 - „(...) We wrześniu 2013 roku po namowie przedstawicieli firmy Netmaks z Wodzisławia Śląskiego zdecydowałem się na podpisanie umowy o świadczenie dostępu do sieci darmowego, unijnego Internetu. Darmowy internet finansowany ze środków unijnych miał być dostarczany do mego domu przez 2 lata. Jedyną opłatą była opłata aktywacyjna, którą uiściłem. Wymagana była również kaucja zwrotna za urządzenie abonenckie w wysokości ok. 2500 zł. Firma Netmaks zaproponował mi kredyt w zaprzyjaźnionym Banku Poczty na zapłatę kaucji, zobowiązując się na piśmie do spłaty rat tegoż kredytu. Wszelkie formalności związane z załatwieniem kredytu wykonała firma Netmaks. Ja tylko podpisałem finalnie wymagane dokumenty (...)” (dowód: karta nr 695),
 - „(...) Regulamin Promocji „Internet Unijny 2 lata za darmo”, w ramach której zawarta została umowa nr (...) zobowiązała mnie do opłacenia abonamentu „z góry”, co zgodnie z umową nr (...) pomiędzy mną (...) a Bankiem Poczty zostało zrealizowane i wymagane środki pieniężne znalazły się na koncie Waszej firmy tj.: Milmex Systemy Komputerowe. Dołączone do umowy nr (...) deklaracje spłaty kredytu (...) zobowiązywały firmę Milmex Systemy Komputerowe do regularnej spłaty zobowiązań kredytowych (w tym rat kredytowych, odsetek oraz wszelkich kosztów związanych ze zmianami oprocentowania kredytu w okresie kredytowania) zaciągniętych w celu opłacenia abonamentu „z góry”. Z otrzymanych pism z Banku Poczty wynika, że firma nie wywiązuje się ze złożonych deklaracji i nie spłaca rat kredytowych, co w konsekwencji powoduje naliczanie odsetek karnych, naliczanie opłat związanych z przesłaniem wezwań do zapłaty oraz może spowodować wszczęcie postępowania windykacyjnego wraz ze wszystkimi jego skutkami (...)” (dowód: karta nr 726),
 - „(...) Czuję się oszukany, gdyż miał to być darmowy internet na 2 lata. Natomiast Ja mam teraz problemy” (dowód: karta nr 746),
 - „Jako korzystający już wcześniej z usług internetowych Milmexu otrzymałem ofertę promocyjną „Internet unijny 2 lata za darmo. Umowę podpisałem w oddziale Netmaks w Krakowie (...) Podczas pierwszej wizyty poinformowano mnie, że muszę zawrzeć z bankiem umowę kredytu na 2 lata tytułem zabezpieczenia zwrotu urządzeń niezbędnych do podłączenia internetu. Równocześnie zapewniono mnie, że raty tego kredytu spłacane będą przez Firmę Milmex (...) Od miesiąca listopada 2013 r. kredyt nie jest spłacany pomimo częstych telefonów na infolinię i pism skierowanych do Firmy Milmex oraz zapewnienia pisemnego Milmexu ze stycznia 2014 r., że wszystko będzie uregulowane (...)” (dowód: karta nr 799),

- „W dniu (...) podpisałem umowę na dostarczenie usług internetowych. Umowa stanowiła, że nie będę ponosił kosztów przez 2 lata, a kaucja za sprzęt będzie opłacana przez f. Milmex (...). Ww. f. zaciągnęła w moim imieniu kredyt w banku Pocztowym, który miała spłacać do końca umowy 2 letniej. Po kilku miesiącach przestała spłacać raty i zaprzestała dostarczania internetu (...)” (dowód: karta nr 827).

Ustalono również, iż od 2014 r. spółka nie zawiera już z konsumentami umów w ramach promocji unijny Internet za darmo, zarówno z wykorzystaniem kredytowania jak i środków własnych konsumentów dla sfinansowania kaucji zwrotnej, jak również jakichkolwiek innych umów dotyczących usług dostępu do sieci Internet (dowód: karta nr 591). Ponadto ustalono, że w 2014 r. spółka [...] przychodu (dowód: karta nr 888).

Prezes Urzędu zważył, co następuje

W pierwszej kolejności konieczne jest ustalenie, czy w okolicznościach przedmiotowej sprawy doszło do naruszenia **interesu publicznoprawnego**. Zgodnie z przepisem art. 1 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, celem regulacji w niej przyjętej jest zapewnienie rozwoju i ochrony konkurencji, a także podejmowana w interesie publicznym ochrona przedsiębiorców narażonych na stosowanie praktyk ograniczających konkurencję i ochrona interesów konsumentów. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów ma zatem charakter publicznoprawny i służy ochronie interesu ogólnospołecznego; w odniesieniu do przedsiębiorców chroni konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. Instrumenty w niej przewidziane mogą być stosowane jedynie wówczas, gdy na skutek działań sprzecznych z przepisami prawa naruszony został interes publiczny. Ma to miejsce w szczególności wtedy, gdy określonymi działaniami dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska (wyrok Sądu Antymonopolowego z dn. 24 października 1991 r., sygn. akt XV Amr 8/90).

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, gdyż wiąże się z ochroną interesów wszystkich konsumentów, którzy byli, są lub też mogli stać się kontrahentami przedsiębiorcy, zawierając z nim umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych w ramach promocji bezpłatnego dostępu do sieci Internet i następnie umowy kredytowania kaucji zabezpieczającej. Objęte zarzutem działanie przedsiębiorcy wymierzone było w szeroki i bliżej nieokreślony krąg uczestników rynku, ponieważ było skierowane do członków określonej zbiorowości tj. wszystkich rzeczywistych i potencjalnych kontrahentów przedsiębiorcy. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego.

W tym stanie rzeczy uznać należy, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez przedsiębiorcę interesu publicznoprawnego, co uzasadnia ocenę jego zachowania na rynku w świetle przepisów 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**. Stosownie do art. 24 ust. 2 ww. ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie 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 (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 101 ze zm.); 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. Art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie

konkurencji i konsumentów przewiduje natomiast, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Konsumentem w rozumieniu ww. ustawy jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, zgodnie z art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 121 ze zm.) w związku z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed wymierzonymi w nie naruszeniami polegającymi na sprzecznych z prawem działaniach przedsiębiorców. Uznanie określonego działania przedsiębiorcy za niezgodne z zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wymaga wykazania, że spełnione zostały kumulatywnie następujące przesłanki:

- oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
- praktyka musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów,
- zachowanie przedsiębiorcy nosi znamiona bezprawności.

Status przedsiębiorcy

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

W niniejszym postępowaniu podmiot będący stroną postępowania posiada status przedsiębiorcy, gdyż prowadzi działalność w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego (dowód: karty nr 584-588). W związku z powyższym Milmex Systemy Komputerowe Sp. z o.o. z siedzibą w Sosnowcu **jest przedsiębiorcą** w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Tym samym przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie pod kątem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje pojęcia zbiorowych interesów konsumentów, stąd przy ustalaniu jego treści należy odwołać się do orzecznictwa sądowego. Pojęcie zbiorowych interesów konsumentów zostało szeroko omówione przez Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07). W uzasadnieniu Sąd Najwyższy podał, iż gramatyczna wykładnia tego pojęcia 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 „zbiorowego interesu konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka przedsiębiorcy skierowana jest do „nieoznaczonego z góry kręgu

podmiotów”. Wystarczające powinno być w jego ocenie 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 orzekł też, 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”.

W rozważanym przypadku oceniane zachowania przedsiębiorcy mogły (lub mogą w zakresie skutków) oddziaływać na zbiorowe interesy konsumentów w zakresie zarzutu opisanego w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji, co powoduje, że spełnienie rozważanej przesłanki zostało w przedmiotowej sprawie spełnione. Oceniane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło szerokiego kręgu najsłabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. Dotyczyło ono wszystkich tych osób, które zawarły lub też chciały zawrzeć z przedsiębiorcą umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych – bezpłatnego dostępu do sieci Internet, jak i zagrażały interesom wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, osób zapoznających się z ofertą świadczonych przez przedsiębiorcę usług. Tym samym nie ulega wątpliwości, że rozważane działania mogły (lub mogą w zakresie skutków stosowanej praktyki) godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Bezprawność działań

Kolejną przesłanką, która musi zostać spełniona, aby było możliwe stwierdzenie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność rozważanego zachowania. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może być takie zachowanie przedsiębiorcy, które jako sprzeczne z ustawą szczególną można zaklasyfikować, jako niezgodne z art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i jedno z zachowań przykładowo wymienionych w art. 24 ust. 2 pkt 1 – 3 ww. ustawy.

Dodać należy, że stosownie do art. 1 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ustawa ta reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli praktyki te wywołują lub mogą wywoływać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Dla stwierdzenia, że dana praktyka jest niezgodna z art. 24 ww. ustawy wystarczające jest więc wykazanie, że potencjalnie istniało zagrożenie naruszenia interesów konsumentów na przykład wskutek niedopełnienia określonego obowiązku informacyjnego względem konsumentów i nie jest konieczne faktyczne wystąpienie negatywnego skutku w praktyce. Oznacza to, że wystarczy już samo zaniechanie udzielenia przez przedsiębiorcę istotnych informacji, nawet jeśli w praktyce nie zaistniały przesłanki wykorzystania tej informacji, na przykład określającej obowiązujący u sprzedawcy tryb reklamacyjny. Bezprawność ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującymi przepisami prawa. Praktyki przedsiębiorcy, by zakwalifikować je jako naruszające zbiorowe interesy konsumentów „muszą być zatem wymierzone w uprawnienia, jakie konsumentom przysługują obowiązujące przepisy prawa”¹.

Porządek prawny, którego naruszenie może wypełniać dyspozycję art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także

¹ Uchwała SN z dnia 13 lipca 2006 r. (sygn. akt III SZP 3/06), OSNP 2007/1-2/35. Por. również: M. Szydło: Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów, Monitor Prawniczy nr 2004/17/791.

nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów². Same przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Art. 24 tej ustawy nie ma samodzielnie znaczenia prawnego, lecz powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. W związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw. Na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem³.

Podkreślenia wymaga także, że bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. O bezprawności działania decyduje całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego⁴. Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje ponadto strona podmiotowa czynu, a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych. W tym miejscu konieczne jest rozważenie przesłanki bezprawności w ramach postawionego przedsiębiorcy zarzutu.

W punkcie I. sentencji niniejszej decyzji zarzucono przedsiębiorcy stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej, poprzez wprowadzające w błąd rozpowszechnianie informacji dotyczących istoty zawieranej z konsumentami umowy o świadczenie usług darmowego dostępu do sieci Internet, na okres do dwóch lat, z pominięciem informacji dotyczących konieczności zawarcia umowy kredytowej z instytucją finansującą, której stroną jest konsument i zobowiązań stąd wynikających, co jest niezgodne z art. 5 ust. 1 i 3 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 – zwanej dalej także „upnpr”), a poprzez to stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 upnpr, stosowana przez przedsiębiorcę praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po zawarciu. Aby dokonać oceny, czy działania operatora, wskazane w punkcie I. sentencji decyzji, w istotny sposób zniekształciły lub mogły zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta, konieczne jest ustalenie w przedmiotowej sprawie modelu przeciętnego konsumenta. To w odniesieniu bowiem do przeciętnego konsumenta dokonywana jest ocena zniekształcenia jego zachowania rynkowego przez praktykę rynkową przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 2 pkt 8 upnpr, przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonać się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczną czy umysłową.

Odnosząc się do powyższej definicji przeciętnego konsumenta, należy wskazać, iż „przeciętność” jako jego cecha charakterystyczna powiązana jest z takimi walorami jak poinformowanie, uważność i ostrożność. Modelowi przeciętnego konsumenta można więc przypisać pewne cechy charakterystyczne: dostateczne poinformowanie, uważność i ostrożność. Przeciętny konsument posiada określony zasób informacji o otaczającej go

² Wyrok SOKiK z dnia 13 listopada 2007 r. (sygn. akt XVII AmA 45/07).

³ Por. wyrok SOKiK z dnia 23 czerwca 2006 r. (sygn. akt XVIII AmA 32/05).

⁴ Wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r. (sygn. akt I PKN 267/2001).

rzeczywistości, potrafi go wykorzystać poprzez analizę przekazów rynkowych i krytycznie odnosi się do praktyk reklamowych⁵. Rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu lub usługi. Z drugiej strony nie można uznać, że wiedza przeciętnego konsumenta jest kompletna i profesjonalna oraz, że konsument posiada specjalistyczną wiedzę w danej dziedzinie, w tym np. w zakresie prawa⁶. W niniejszej sprawie brak jest podstaw do wyróżniania, w świetle kwestionowanej praktyki, szczególnej grupy konsumentów, których owa praktyka mogła dotyczyć. Zebrane w toku postępowania dane statystyczne dowodzą, iż umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz kredytowania kaucji zwrotnej w ramach zawartej umowy kredytu konsumenckiego, przy zawieraniu których pośredniczyła spółka dotyczyły osób w różnym wieku, osiąganych dochodach oraz posiadanym wykształceniu. Brak było dominującej grupy, do której byłby dedykowany przekaz spółki – nie były to ani osoby w podeszłym wieku, osoby o niskich dochodach czy też osoby niewykształcone. Na marginesie, na uwagę zasługuje fakt, że aż [...] % kredytobiorców-abonentów posiadało wyższe wykształcenie.

Przeciętnego konsumenta należy rozumieć jako dostatecznie dobrze (przeciętnie) rozważnego i zorientowanego, mającego prawo do uzyskiwania od przedsiębiorcy rzetelnych informacji dotyczących np. stosunku zobowiązaniowego (umowy) łączącego go z przedsiębiorcą, przekazywanych w sposób nie wprowadzający w błąd. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech konsumenta (jego „przeciętność”), polegającą na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna oraz że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta polega na podjęciu lub możliwości podjęcia określonej decyzji dotyczącej umowy, w sytuacji, gdy wobec innego (uczciwego) zachowania (praktyki rynkowej) przedsiębiorcy, konsument podjąłby lub mógłby podjąć decyzję odmienną. W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić jako prawo do pełnej, rzetelnej i prawdziwej informacji dotyczącej zawieranej umowy o świadczenie usług dostępu do sieci Internet związanej z koniecznością zabezpieczenia przekazanych urządzeń abonenckich w formie kaucji, którą zobowiązany jest pokryć konsument.

Następnie, po ustaleniu w niniejszej sprawie modelu przeciętnego konsumenta, należy dokonać oceny czy działania spółki, wskazane w punkcie I. sentencji decyzji, stanowiły nieuczciwe praktyki rynkowe. Konieczne jest zatem rozważenie przez Prezesa Urzędu, czy działanie spółki było sprzeczne z dobrymi obyczajami oraz czy w istotny sposób zniekształciło lub mogło zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu, tj. czy praktyka spółki mogła spowodować podjęcie bądź brak podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji o zawarciu umowy o świadczenie usług dostępu do sieci Internet, z jednoczesnym zabezpieczeniem urządzenia abonenckiego w formie kaucji zabezpieczającej sfinansowanej przez konsumenta z uzyskanego przez niego kredytu konsumenckiego zawartego z Bankiem Pocztowym.

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 działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające *in minus* od

⁵ M. Sieradzka [w:] „Reklama. Aspekty prawne”, red. M. Namysłowska, Lex 2012.

⁶ Zob. decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr RŁO 47/2012 z dnia 31 sierpnia 2012 r.

przyjętych standardów postępowania⁷. W stosunkach z konsumentami „dobry obyczaj” powinien wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić jako prawo do rzetelnej i jednoznacznej informacji, jaką w ramach przekazu profesjonalista – przedsiębiorca powinien kierować do przeciętnego konsumenta (dostatecznie poinformowanego, ostrożnego i uważnego), przy uwzględnieniu oczywiście ograniczeń wiążących się z formą prezentacji oferty. Naruszenie tak rozumianych dobrych obyczajów zostało dokonane przez spółkę w sposób opisany w sentencji decyzji.

Art. 2 lit. h Dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U.UE.L.2005.149.22) stanowi, iż „staranność zawodowa” oznacza standard dotyczący szczególnej wiedzy i staranności, których można w racjonalny sposób oczekiwać od przedsiębiorcy w jego relacjach z konsumentami, zgodnie z uczciwymi praktykami rynkowymi i/lub ogólną zasadą dobrej wiary w zakresie jego działalności. Klauzula dobrych obyczajów nawiązuje do wyobrażeń o uczciwych, rzetelnych działaniach stron. Klauzula ta winna być również interpretowana przez pryzmat jej pierwowzoru z Dyrektywy 93/13/EWG z 5 kwietnia 1993 r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich zasady wzajemnego zaufania i zasady ochrony usprawiedliwionych oczekiwań konsumenta. Dokonując takiej interpretacji klauzuli dobrych obyczajów, należy dojść do wniosku, że jest to pojęcie znaczeniowo zbliżone do pojęcia „staranności zawodowej”.

Zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta polega na podjęciu lub możliwości podjęcia określonej decyzji dotyczącej umowy, w sytuacji, gdy wobec innego (uczciwego) zachowania (praktyki rynkowej) przedsiębiorcy, konsument podjąłby lub mógłby podjąć decyzję odmienną. Upnpr nie podaje definicji zniekształcenia w istotny sposób zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta. Zawiera ją natomiast Dyrektywa 2005/29/WE implementowana do krajowego porządku prawnego poprzez upnpr. Zgodnie z art. 2 pkt e) przedmiotowej Dyrektywy istotne zniekształcenie zachowania gospodarczego konsumentów oznacza wykorzystanie praktyki handlowej w celu znacznego ograniczenia zdolności konsumenta do podjęcia świadomej decyzji i skłonienia go tym samym do podjęcia decyzji dotyczącej transakcji, której inaczej by nie podjął.

Proces decyzyjny jaki zachodzi w sytuacji, gdy konsumenci podejmują decyzje nabywcze standardowo przebiega w następujących etapach: rozpoznanie potrzeby, poszukiwanie informacji, ocena alternatyw, decyzja zakupu, zachowanie po dokonaniu zakupu. Podmioty gospodarcze stosują instrumenty mające doprowadzić do podjęcia przez konsumentów decyzji zgodnych z ich oczekiwaniami. Oddziałują one na każdy z etapów powyżej opisanego procesu. Konsumenci w skargach przesłanych za pośrednictwem Banku Pocztowego oraz miejskich i powiatowych rzeczników konsumentów podnosili m.in., że:

- „W dniu (...) odwiedziłam Salon Sprzedaży NETMAX w (...) w sprawie podłączenia internetu. Użyto podstępów wobec mnie i bez mojej zgody podsunęto mi do podpisania dokumenty o pożyczce. Myśląc, że podpisuję Umowę na internet podpisałam nieświadomie również Umowę o kredyt gotówkowy „Kredyt Raz Dwa” (...), Umowę o prowadzenie rachunków bankowych, o kartę płatniczą oraz świadczenie usług drogą elektroniczną (...)” (dowód: karta nr 256),

⁷ K. Pietrzykowski (red.), „Kodeks cywilny. Komentarz”, Warszawa 2002, str. 804.

- „Kredyt (...) podpisany był w siedzibie firmy Milmex Systemy Komputerowe w (...), bez obecności pracownika Banku Pocztowego tylko i wyłącznie z pracownikiem firmy Milmex Systemy Komputerowe. Całość kredytu została przekazana przez Bank Poczty na konto firmy Milmex w formie bezgotówkowej. W załączniku do umowy &6 punkt 1 Firma Milmex zobowiązuje się spłacać raty pożyczki wraz z odsetkami do Banku Poczty. Dla nas miało to być bezpłatny internet z programu unijnego. (...) nikt z nas jako klientów nie został poinformowany o ubezpieczeniu od następstw nieszczęśliwych wypadków dla kredytobiorców na kwotę 672 zł. Przy podpisywaniu umowy kredytowej z Bankiem Poczty nie było żadnego pracownika Banku Poczty, a pracownik firmy Milmex mówił o kredycie w kwocie 2499 zł” (dowód: karta nr 258),
- „W dniu (...) zostałam zawiadomiona telefonicznie przez przedstawiciela Firmy Milmex, że Bank Poczty S.A. przyznał mi kredyt gotówkowy w wysokości 2.499 zł i możliwe jest podpisanie umowy z Firmą Milmex na świadczenie usług telekomunikacyjnych w ramach pakietu „Internet Unijny 2 lata za darmo II” (...) Warunkiem podpisania tej umowy było przyznanie kredytu gotówkowego przez Bank Poczty na pokrycie kaucji gwarancyjnej dla Firmy Milmex. W podpisanej przeze mnie umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych Firma Milmex zobowiązała się do spłaty kredytu z Banku Poczty przyznanego na moją osobę. Bank Poczty S.A. przelał na konto Firmy Milmex (NetMaks) całą kwotę kredytu (...)” (dowód: karta nr 281),
- „(...) Firma NETMAKS-MILMEX systemy komputerowe spółka z o.o. dokonując sprzedaży usługi darmowego internetu na dwa lata ze środków unijnych zobowiązała się do spłaty kredytu gotówkowego (...), który miałem zaciągnąć. Firma NETMAKS-MILMEX zobowiązała się do pokrywania rat kredytu ze środków unijnych. NETMAKS-MILMEX deklarowała iż ma podpisaną umowę z bankiem pocztowym i bank wpłaci kaucję i pokryje wszystkie koszty. Rozliczenia miały odbywać się pomiędzy bankiem a firmą NETMAKS-MILMEX (...)” (dowód: karta nr 299),
- „Bardzo proszę o wstrzymanie naliczania odsetek od kredytu gotówkowego (...) Prośbę swą motywuję tym, że zawarłam umowę z firmą NETMAKS, która miała spłacać raty kredytu i nie wywiązuje się z tych płatności. Tak naprawdę to ta firma jest prawdziwym dłużnikiem dla Banku Poczty” (dowód: karta nr 369),
- „(...) Podkreślam, że pracownik NetMax zapewniał mnie, że macie podpisaną umowę z bankiem i na pewno nie będę musiała spłacać rat” (dowód: karta nr 480),
- „Proszę o wykreślenie nas z listy dłużników. Zaistniała sytuacja powstała nie z naszej winy, według umowy, kaucję powinien spłacać Milmex Systemy Komputerowe w Sosnowcu (...)” (dowód: karta nr 499),
- „(...) Firma NETMAKS od samego początku przekonywała mnie, iż Bank Poczty jest partnerem projektu, a o spłatę kredytu nie muszę się martwić, gdyż podejmuje się tego firma NETMAKS. Zostało to potwierdzone umową (...) Tak jak jest to zapisane w umowie, kwota kredytu w całości była przekazana na rachunek firmy NETMAKS, dostawcy usługi – internet za darmo. A ja nigdy nie miałam dostępu do tych środków ani do konta założonego na moje nazwisko (...)” (dowód: karta nr 570),
- „W dniu (...) podpisałem z firmą Netmaks umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz został zaciągnięty przeze mnie – za pośrednictwem ww. firmy kredyt w banku pocztowym na zabezpieczenie urządzeń abonenckich (kredyt miała spłacać ww. firma). Od (...) firma Netmaks przestała dostarczać mi Internet i przestała spłacać raty. (...) Internet jak zapewniała firma Netmaks był dotowany przez Unię Europejską i

miał być darmowy a obecnie nie mam tego internetu, a bank upomina się o kolejne raty (...)” (dowód: karta nr 618),

- „(...) Dostawca świadczenie usługi uwarunkował kaucją o którą w moim imieniu wnioskuje w Banku Pocztowym jako kredyt, na którą uczynił siebie jej beneficjentem jednocześnie zobowiązując się do jej całkowitej spłaty wraz z odsetkami i wszystkimi opłatami dodatkowymi (załącznik do umowy, paragraf 6). Dostawca spłacał kredyt do 31 grudnia 2013 r. Od tego terminu nie spłaca w moim imieniu rat kredytu (...)” (dowód: karta nr 638),
- „(...) Na podstawie promocji „Internet Unijny 2 lata za darmo” Dostawca (...) zawarł ze mną umowę Abonencką (...) i w celu wymaganej kaucji zwrotnej wnioskuje w moim imieniu u swojego partnera biznesowego Bank Poczty o kredyt konsumencki (...), na który Dostawca uczynił siebie beneficjentem, jednocześnie przyjmując zobowiązanie do całkowitej spłaty wraz z odsetkami i wszystkimi opłatami zawartymi w umowie i harmonogramie Banku Pocztowego (...)” (dowód: karta nr 653),
- „(...) We wrześniu 2013 roku po namowie przedstawicieli firmy Netmaks z Wodzisławia Śl. zdecydowałem się na podpisanie umowy o świadczenie dostępu do sieci darmowego, unijnego Internetu. Darmowy internet finansowany ze środków unijnych miał być dostarczany do mego domu przez 2 lata. Jedyną opłatą była opłata aktywacyjna, którą uiściłem. Wymagana była również kaucja zwrotna za urządzenie abonenckie w wysokości ok. 2500 zł. Firma Netmaks zaproponował mi kredyt w zaprzyjaźnionym Banku Pocztowym na zapłatę kaucji, zobowiązując się na piśmie do spłaty rat tegoż kredytu. Wszelkie formalności związane z załatwieniem kredytu wykonała firma Netmaks. Ja tylko podpisałem finalnie wymagane dokumenty (...)” (dowód: karta nr 695),
- „(...) Regulamin Promocji „Internet Unijny 2 lata za darmo”, w ramach której zawarta została umowa nr (...) zobowiązała mnie do opłacenia abonamentu „z góry”, co zgodnie z umową nr (...) pomiędzy mną (...) a Bankiem Pocztowym zostało zrealizowane i wymagane środki pieniężne znalazły się na koncie Waszej firmy tj.: Milmex Systemy Komputerowe. Dołączone do umowy nr (...) deklaracje spłaty kredytu (...) zobowiązywały firmę Milmex Systemy Komputerowe do regularnej spłaty zobowiązań kredytowych (w tym rat kredytowych, odsetek oraz wszelkich kosztów związanych ze zmianami oprocentowania kredytu w okresie kredytowania) zaciągniętych w celu opłacenia abonamentu „z góry”. Z otrzymanych pism z Banku Pocztowego wynika, że firma nie wywiązuje się ze złożonych deklaracji i nie spłaca rat kredytowych, co w konsekwencji powoduje naliczanie odsetek karnych, naliczanie opłat związanych z przesłaniem wezwań do zapłaty oraz może spowodować wszczęcie postępowania windykacyjnego wraz ze wszystkimi jego skutkami (...)” (dowód: karta nr 726),
- „(...) Czuję się oszukany, gdyż miał to być darmowy internet na 2 lata. Natomiast Ja mam teraz problemy” (dowód: karta nr 746),
- „Jako korzystający już wcześniej z usług internetowych Milmexu otrzymałem ofertę promocyjną „Internet unijny 2 lata za darmo. Umowę podpisałem w oddziale Netmaks w Krakowie (...) Podczas pierwszej wizyty poinformowano mnie, że muszę zawrzeć z bankiem umowę kredytu na 2 lata tytułem zabezpieczenia zwrotu urządzeń niezbędnych do podłączenia internetu. Równocześnie zapewniono mnie, że raty tego kredytu spłacane będą przez Firmę Milmex (...) Od miesiąca listopada 2013 r. kredyt nie jest spłacany pomimo częstych telefonów na infolinię i pism skierowanych do Firmy Milmex oraz zapewnienia pisemnego Milmexu ze stycznia 2014 r., że wszystko będzie uregulowane (...)” (dowód: karta nr 799),

- „W dniu (...) podpisałem umowę na dostarczenie usług internetowych. Umowa stanowiła, że nie będę ponosił kosztów przez 2 lata, a kaucja za sprzęt będzie opłacana przez f. Milmex (...). Ww. f. zaciągnęła w moim imieniu kredyt w banku Pocztowym, który miała spłacać do końca umowy 2 letniej. Po kilku miesiącach przestała spłacać raty i zaprzestała dostarczania internetu (...)” (dowód: karta nr 827).

O ile część konsumentów była świadoma faktu, iż zawiera poza umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych dodatkową umowę – umowę kredytu konsumenckiego – to byli przeświadczeni, iż zobowiązania, które na siebie zaciągnęli wobec Banku Pocztowego będą obciążały wyłącznie spółkę. Bez znaczenia w tym zakresie pozostaje ewentualny sens ekonomiczny zawierania takich kontraktów. Przeciętny konsument ma prawo przyjmować kierowane do niego komunikaty w sposób prawdziwy – nie musi legitymować się wiedzą ekonomiczną, która sugerowałaby, iż mechanizm, który próbuje zaproponować mu spółka jest gospodarczo nieracjonalny. Nie można bowiem inaczej podchodzić do praktyki polegającej na zabezpieczeniu ewentualnej szkody w urządzeniu abonenckim poprzez kredyt – uwzględniający prowizje, odsetki i inne opłaty – który 2-3-krotnie przewyższa wartość urządzenia oraz dodatkowe koszty kredytu, do którego zabezpieczenia zobowiązuje się wobec konsumenta właściciel zabezpieczonych urządzeń.

Zgodnie z art. 4 ust. 2 upnpr za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1 tego artykułu. 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 (art. 5 ust. 1 upnpr), a zgodnie z art. 5 ust. 3 pkt 5 upnpr za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się wprowadzające w błąd działanie dotyczące ceny, sposobu obliczania ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej.

Z przekazanych przez skarżących informacji wynika, że najważniejszym kryterium uwzględnianym przez nich przy podjęciu decyzji nabywczej była możliwość bezpłatnego korzystania z dostępu do sieci Internet przez 2 lata. W tym też zakresie należy upatrywać stosowania przez spółkę wprowadzających w błąd praktyk dotyczących ceny, sposobu obliczania ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej. Okazywało się jednak, iż aby móc skorzystać z oferty spółki należy wpłacić kaucję celem zabezpieczenia urządzenia abonenckiego – niezbędnego do korzystania z dostępu do sieci Internet. Aby uatrakcyjnić swoją ofertę spółka wprowadziła mechanizm kredytowania urządzenia abonenckiego z wykorzystaniem tzw. instytucji finansującej – Banku Pocztowego S.A., partnera spółki – na którą to okoliczność zwracali uwagę w swoich skargach również konsumenci. Część z konsumentów w ogóle była pozbawiona świadomości, iż poza umową o świadczenie usług darmowego dostępu do sieci internet, podpisali jeszcze umowę kredytu konsumenckiego. Takie przypadki, w ocenie Prezesa Urzędu, niewątpliwie mógł tłumaczyć fakt, iż to spółka – jako agent banku – była pośrednikiem w zawieranych umowach dotyczących kredytowania kaucji zabezpieczającej. O skali niedoinformowania konsumentów może świadczyć również okoliczność, iż w niektórych przypadkach, konsumenci nie byli nawet świadomi, że na podstawie ich dyspozycji środki pochodzące z udzielonego im kredytu konsumenckiego zasiliły automatycznie konto spółki Milmex. Wydaje się, że skala zawieranych umów kredytowych w ramach promocji bezpłatnego dostępu do sieci Internet byłaby zdecydowanie niższa gdyby konsumenci z własnej inicjatywy musieliby się pofatygować do jednej z placówek Banku Pocztowego celem zawarcia umowy kredytowej. Co więcej, nie byłiby oni również ograniczeni do zawierania takiej umowy z tym konkretnie podmiotem. Warto dodać, iż tylko w [...] przypadkach – wobec [...] zawartych w ramach kredytowania kaucji zwrotnej

– konsumenci wnosili stosowną kwotę ze środków własnych. Mogli to czynić we własnym zakresie przy wykorzystaniu kredytu konsumenckiego – wybierając spośród wszystkich ofert dostępnych na rynku, jednakże w takiej sytuacji koszt zabezpieczenia urządzenia abonenckiego wzrósłby o kilkaset złotych.

Na podstawie powyższych informacji można uznać, że konsumenci podejmowali decyzje o zawarciu ze spółką umów w przeświadczeniu, iż dodatkowa umowa kredytu konsumenckiego nie będzie się dla nich wiązała z żadnym ryzykiem ekonomicznym. Ewentualne wątpliwości konsumentów były rozwiewane przedstawianymi im porozumienia oraz deklaracjami, w których spółka zobowiązywała się do regularnej spłaty zaciągniętych przez nich kredytów. Zapewnienia przedsiębiorcy o bezpłatności oferowanej usługi – przekazywane już na etapie przedkontraktowym w formie reklamy – przygotowywało potencjalnego klienta do wysłuchania informacji o szczegółach związanych z ofertą spółki, bez wywołania u konsumenta stanu lęku, obawy przed zawarciem takiej umowy. Zniekształcenie procesu decyzyjnego konsumenta, co również zaznaczono w skargach, dotyczyło również przedstawiania oferty spółki jako dotowanej ze środków Unii Europejskiej. Przez ostatnie lata napływ środków pieniężnych z funduszy europejskich był na tyle powszechny, iż taki mechanizm mógł nie wzbudzać wśród konsumentów żadnych podejrzeń co do uczciwości w działalności usługowej spółki. Konsumenci mogli bowiem zakładać, iż to właśnie z wykorzystaniem środków unijnych spółka będzie regulowała ich zobowiązania wynikłe z zawartych umów kredytu konsumenckiego.

Co warto podkreślić, konsumenci przychodzili do punktów obsługi klientów celem zawarcia umowy bezpłatnego dostępu do sieci Internet, a nie zawarcia umowy kredytu konsumenckiego. Warto również zaznaczyć, iż oferta prezentowana przez spółkę mogłaby dla nich stanowić wymierną korzyść, biorąc pod uwagę komercyjne oferty dostępne na rynku. Już sam fakt zapewnienia, że oferta dostępu do sieci Internet jest darmowa przez 2 lata staje się dla konsumenta atrakcyjna. Wydaje się także, iż liczba klientów spółki, którzy skorzystali z promocji dotyczącej darmowego dostępu do sieci Internet byłaby zdecydowanie niższa, gdyby spółka nie wprowadziła mechanizmu kredytowania tej kaucji, z równoczesnym zabezpieczeniem jej spłaty ze środków własnych na podstawie cywilnoprawnego porozumienia. Czynnikiem ekonomicznym, który w tym przypadku polegał na uzyskaniu zapewnienia ze strony spółki, iż to ona będzie spłacać przyznany przez instytucję finansującą kredyt był jednym z głównych determinantów podejmowanych przez konsumentów decyzji nabywczych. Konsumenci podejmując decyzje nabywcze przyzwyczajeni są do faktu, iż jako potencjalni klienci otrzymują różnego rodzaju bonusy, rabaty lub graty. Powszechne jest zaś przyznawanie abonentom ulg w przypadku zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych na czas określony. Tym samym zaproponowana przez spółkę konstrukcja nie musiała wzbudzać w nich uczucia zaskoczenia, niepewności, czy też niedowierzania.

Z przytoczonych powyżej fragmentów skarg konsumenckich wynika również, iż konsumenci byli przeświadczeni, iż są podmiotem niejako trójstronnej umowy (wraz ze spółką i Bankiem Pocztowym) i to dodatkowo podmiotem biernym – w zakresie zawieranej umowy kredytu konsumenckiego. Taki wniosek wypływała z faktu, iż konsumenci w żaden sposób nie byli zorientowani w regulowaniu rat przez spółkę (nie posiadali harmonogramów spłat, a nawet samych umów kredytowych), a o zwłoce w terminowym regulowaniu zobowiązań wynikających z zawartej umowy dowiadywali się dopiero po otrzymaniu ze strony Banku Pocztowego informacji o zadłużeniu i wezwań do zapłaty. Dla podjęcia przez konsumentów decyzji o zawarciu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz umowy kredytowej wystarczające było zapewnienie spółki, iż to ona będzie przez cały czas trwania umowy kredytowej spłacać wymagalne należności – w tym odsetki, prowizje i inne

opłaty wynikłe na tle zawieranej umowy. Przeciętni konsumenci z jakimi mamy do czynienia w niniejszej sprawie, w żaden sposób jednak nie musieli być zorientowani, iż deklaracje i porozumienia jakie zawierała z nimi spółka co do spłaty zaciągniętego kredytu będą irrelevantne dla kredytodawcy. Jak ustalono bowiem żadne porozumienie – co do spłaty kredytów konsumenckich przez spółkę za konsumentów – nie zostało zawarte z Bankiem Pocztowym. Zawarte z konsumentami porozumienie oraz deklaracje co do spłaty zawieranej umowy kredytu nie zabezpieczało w wystarczającym stopniu interesów ekonomicznych konsumentów. Zobowiązanie spółki miało wyłącznie charakter cywilnoprawny. Nie rodziło automatycznych skutków prawnych w relacji kredytodawca-kredytobiorca. Konsumenci posiadają aktualnie roszczenie do spółki z tytułu niewykonania przyjętego na siebie zobowiązania. To na konsumentach ciążył bowiem bezpośredni obowiązek wywiązywania się z zawartej umowy kredytowej, której środki zabezpieczały przekazane im urządzenie abonenckie. Takich informacji operator będący zarazem pośrednikiem kredytowym nie przekazał konsumentom w żaden sposób. W ocenie Prezesa Urzędu, gdyby konsumenci byli w sposób rzetelny poinformowany o charakterze zawieranych porozumień i deklaracji co do spłaty kredytu przez spółkę (nie będącą stroną umowy), to takich umów by nie zawierali, a nawet gdyby je zawierali to nie w takiej skali z jaką mamy do czynienia w niniejszej sprawie.

W ocenie Prezesa Urzędu, przeciętny konsument miał prawo do otrzymania pełnych, rzetelnych, niewprowadzających go w błąd informacji o cechach oferowanych produktów, w szczególności miał prawo do otrzymania informacji o wszelkich ryzykach związanych z koniecznością pokrycia z własnych środków kaucji zabezpieczającej udostępnione urządzenie abonenckie. Informacje na temat korzyści – bezpłatny dostęp do sieci Internet, ale również zagrożeń oraz kosztów powinny być podawane w sposób pełny, nie zdominowany przez jeden z rodzajów informacji. Konsumenci nie musieli i nie powinni w ogóle się spodziewać, że przychodząc do jednego z punktu obsługi klientów i chcąc zawrzeć umowę bezpłatnego dostępu do sieci Internet, zawrą równocześnie umowy kredytu konsumenckiego co będzie się wiązało z powstaniem zobowiązania długoterminowego obciążającego ich w całości. Jednocześnie nawet ostrożni i uważni, a także wyedukowani konsumenci przy dochowaniu należytej staranności mogli podjąć decyzje o zawarciu umowy, której by nie podjęli, gdyby przedsiębiorca nie stosował zakwestionowanej w niniejszej decyzji praktyki.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę, iż określenie stałego czy zamkniętego katalogu interesów konsumentów nie jest możliwe, ani też zasadne. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego dokonywanych czynności na etapie przedkontraktowym oraz w czasie wykonywania umowy. W tym też aspekcie w niniejszej sprawie nastąpiło naruszenie interesu gospodarczego konsumentów poprzez dopuszczenie się przez operatora do stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej opisanej w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji. Stosując nieuczciwą praktykę rynkową przedsiębiorca dopuścił się naruszenia zasad rzetelności i uczciwości w trakcie zawierania i wykonywania zawartych z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz umów kredytu konsumenckiego – w których zawieraniu to pośredniczył, co w konsekwencji skutkowało lub mogło skutkować naruszeniem ich interesów ekonomicznych,

w szczególności w momencie zaprzestania terminowego regulowania rat kredytu konsumenckiego w imieniu konsumentów, do czego zobowiązywała się spółka.

Powyżej przedstawiona analiza zaistniałych okoliczności zawierania umów przez konsumentów pozwoliła Prezesowi Urzędu na uznanie, że konsumenci co najmniej podejmowali decyzje o zawarciu ze spółką umowy o świadczenie usług dostępu do sieci Internet, których by nie podejmowali, gdyby posiadali pełną wiedzę o istocie zawieranej ze spółką umowy, związanej z koniecznością zawarcia umowy kredytowej z instytucją finansującą, której stroną jest konsument i zobowiązań stąd wynikających.

Zgodnie z art. 27 ust. 1, 2 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 tej ustawy, z tym że ciężar udowodnienia okoliczności zaprzestania stosowania praktyki spoczywa na przedsiębiorcy. W takim przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Ustalono, iż od 2014 r. spółka nie zawiera już z konsumentami umów w ramach promocji unijny Internet za darmo, zarówno z wykorzystaniem kredytowania jak i środków własnych konsumentów dla sfinansowania kaucji zwrotnej, jak również jakichkolwiek innych umów dotyczących usług dostępu do sieci Internet. Spółka nie wskazała precyzyjnej daty z jaką w 2014 r. doszło do zaprzestania zawierania przez nią umów przy wykorzystaniu kredytowania kaucji zabezpieczającej. W tym też zakresie należało przyjąć, iż **do zaniechania** stosowania przez spółkę zakwestionowanej praktyki rozważanej w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji doszło z **dniem 31 grudnia 2014 r.**

Ad II. Obowiązek publikacji punktu I. sentencji niniejszej decyzji (rozstrzygnięcie punktu II. sentencji decyzji).

Prezes Urzędu nałożył na spółkę, na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 2 i 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, wskazany w sentencji obowiązek publikacji punktu I. sentencji niniejszej decyzji – uwzględniającego numer oraz datę wydania decyzji.

Decyzja o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz stwierdzająca zaniechanie jej stosowania może zawierać elementy dodatkowe, m.in. w postaci: zobowiązania przedsiębiorcy do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o określonej treści lub formie lub zobowiązania do publikacji decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zobowiązaniu przedsiębiorcy do poinformowania konsumentów o stosowanej przez niego praktyce dotyczącej wprowadzającego w błąd rozpowszechniania informacji odnoszących się do istoty zawieranej z konsumentami umowy o świadczenie usług darmowego dostępu do sieci Internet, na okres do dwóch lat, z pominięciem informacji dotyczących konieczności zawarcia umowy kredytowej z instytucją finansującą, której stroną jest konsument i zobowiązań stąd wynikających.

Jak uznał Prezes Urzędu, spółka zaniechała stosowania wskazanej w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów z dniem 31 grudnia 2014 r. Część z konsumentów może jednak nadal pozostawać w sporze ze spółką co do okoliczności, w jakich zawierali oni umowy bezpłatnego dostępu do sieci Internet i kredytowania kaucji zabezpieczającej na podstawie umowy kredytu konsumenckiego, przy zawieraniu którego pośredniczyła spółka. W świetle powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, niezbędne jest zobowiązanie spółki do publikacji punktu I. sentencji niniejszej decyzji – uwzględniającego numer oraz datę wydania decyzji – na oficjalnej stronie internetowej

przedsiębiorcy o adresie www.milmex.pl lub innej obowiązującej w trakcie obowiązku utrzymania publikacji.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. obowiązek publikacyjny zmierza do przekazania możliwie najszerszemu kręgu odbiorców (konsumentów – również tych niebędących klientami spółki, jak i innych profesjonalnych uczestników rynku) informacji o działaniu przedsiębiorcy uznanym za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Obowiązek ten spełni funkcję edukacyjną oraz prewencyjną; ma bowiem stanowić czytelną informację dla konsumentów i przedsiębiorców, w jaki sposób należy przekazywać konsumentom informacje, a jednocześnie ostrzegać, iż w przypadku naruszenia interesów konsumentów muszą oni liczyć się z określonymi sankcjami.

Publikacja decyzji jest istotna w szczególności z punktu widzenia uregulowania zawartego w art. 12 ust. 1 upnpr, zgodnie z którym w razie dokonania nieuczciwej praktyki rynkowej konsument, którego interes został zagrożony lub naruszony, może żądać:

- 1) zaniechania tej praktyki;
- 2) usunięcia skutków tej praktyki;
- 3) złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie;
- 4) naprawienia wyrządzonej szkody na zasadach ogólnych, w szczególności żądania unieważnienia umowy z obowiązkiem wzajemnego zwrotu świadczeń oraz zwrotu przez przedsiębiorcę kosztów związanych z nabyciem produktu;
- 5) zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej, ochroną dziedzictwa narodowego lub ochroną konsumentów.

Zgodnie zaś z art. 12 ust 2 tej ustawy z roszczeniami, o których mowa w ust. 1 pkt 1, 3 i 5, może również wystąpić Rzecznik Praw Obywatelskich, Rzecznik Ubezpieczonych, krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów oraz powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów.

Ciężar dowodu, że dana praktyka rynkowa nie stanowi nieuczciwej praktyki wprowadzającej w błąd spoczywa na przedsiębiorcy, któremu zarzuca się stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej (art. 13 upnpr), a roszczenia z tytułu nieuczciwej praktyki rynkowej, o których mowa w art. 12 ust. 1 pkt 1-3 i 5, ulegają przedawnieniu z upływem lat trzech – bieg przedawnienia rozpoczyna się oddzielnie, co do każdego naruszenia (art. 14 upnpr). Równocześnie prawomocna decyzja Prezesa Urzędu stanowi prejudykat dla dochodzenia przez konsumentów ich indywidualnych roszczeń. W uzasadnieniu postanowienia z 23 kwietnia 2015 r., sygn. akt III SK 61/14, Sąd Najwyższy stwierdził bowiem, że „(...) W przypadku praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przybierających postać nieuczciwych praktyk rynkowych nałożenie obowiązku publikacyjnego służy, w ocenie Sądu Najwyższego, usunięciu takich skutków, gdyż pozwala dotrzeć do konsumentów z informacją o dopuszczeniu się przez przedsiębiorcę nieuczciwej praktyki. Informacja taka może stanowić dla konsumenta podstawę do wystąpienia z roszczeniami z art. 12 upnpr, tym bardziej że ostateczna decyzja organu ochrony konsumentów stwierdzająca naruszenie uokik jest dla sądu powszechnego wiążąca (...)”.

Prezes Urzędu wziął również przy tym pod uwagę, że nałożony obowiązek publikacyjny na stronie internetowej nie będzie wiązał się z koniecznością poniesienia przez spółkę dodatkowych kosztów i pozostanie irrelevantny dla jej sytuacji ekonomicznej. Zastosowanie tego środka umożliwi niezwłoczne dotarcie informacji o wydanej decyzji do dużej liczby konsumentów, którzy zawarli ze spółką umowy dostępu do sieci Internet z wykorzystaniem kredytowania kaucji zabezpieczającej. Przedmiotowe ogłoszenie powinno być zamieszczane przez minimum 1 rok od uprawomocnienia się decyzji.

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

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 Kodeksu postępowania cywilnego oraz art. 3 i 11 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945) – 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 Katowicach.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH
Maciej Fragsztajn