



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
MAREK NIECHCIAŁ**

Poznań, 21 listopada 2019r.

RPZ.611.2.2019.JM

DECYZJA nr RPZ 15/2019

Stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2019r. poz. 369 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone wszczętego z urzędu przeciwko Global Marketing Holding Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w Katowicach

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

I. na podstawie art. 23b ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się postanowienia wzorców umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych stosowane przez Global Marketing Holding Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w Katowicach, o treści:**

1. *„Umowa zawarta na czas określony 24 miesięcy ulega przedłużeniu na kolejny czas określony 24 miesięcy, o ile Abonent nie wyrazi innego oświadczenia woli pisemnie w okresie od zawarcia Umowy do 30 dnia przed upływem okresu na jaki Umowa została zawarta” (§ 2 ust. 1 wzorca umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych „Konsument”)*
2. *„Umowa zawarta na czas określony 24 miesięcy ulega przedłużeniu na kolejny czas określony 24 miesięcy, chyba że Abonent złoży w okresie od zawarcia Umowy do 30 dni przed upływem okresu 24 miesięcy, oświadczenie o braku zgody na przekształcenie Umowy zawartej na czas określony 24 miesięcy w Umowę na kolejny czas określony 24 miesięcy” (§ 1 ust. 18 wzorca umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych Mobilny Stacjonarny „Konsument”)*
3. *„Umowa zawarta na czas określony po upływie czasu, na jaki została zawarta, automatycznie przekształca się w Umowę na czas określony 36 miesięcy, chyba że Abonent na 30 dni przed upływem okresu, na który umowa została zawarta, zawiadomi Operatora na piśmie o odstąpieniu od umowy” (pkt 1 wzorca umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych Abonament „Promocyjny Smart Junior 02”),*

za niedozwolone postanowienia umowne w rozumieniu art. 385¹ § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. Kodeks cywilny (t.j. Dz.U. z 2019r. poz. 1145 ze zm.), co stanowi naruszenie art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i zakazuje się ich wykorzystywania

II. na podstawie art. 23b ust. 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na Global Marketing Holding Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w Katowicach środek usunięcia trwających skutków naruszenia zakazu określonego w art. 23a ww. ustawy, w postaci skierowania do konsumentów, będących stronami obowiązujących nadal umów



o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych na czas oznaczony na podstawie wzorców umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, o których mowa powyżej w pkt I, na piśmie, za zwrotnym potwierdzeniem odbioru w terminie 3 (trzech) miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji, informacji o wydaniu przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów niniejszej decyzji nr RPZ 15/2019 z dnia 21 listopada 2019r. o treści:

„Global Marketing Holding Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w Katowicach informuje, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzją nr RPZ 15/2019 z dnia 21 listopada 2019r. uznał za niedozwolone postanowienia wzorców umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, wykorzystywane przez Spółkę w obrocie z konsumentami o następującej treści: (...) - należy przytoczyć treść postanowień uznanych za niedozwolone z oznaczeniem wzorca, w którym zostały zamieszczone.

W związku z powyższym, postanowienia te nie wiążą Pani/Pana, czyli są bezskuteczne. Bezskuteczność powstaje z mocy prawa i nie jest konieczne stwierdzenie jej na drodze sądowej. Klauzulę uznaną za abuzywną należy zatem traktować tak, jakby w ogóle nie została zamieszczona w zawartej umowie.

Decyzja Prezesa UOKiK została udostępniona na stronie internetowej www.uokik.gov.pl.

Podpis osoby uprawnionej do reprezentacji Spółki”

III. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 3a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **nakłada się na Global Marketing Holding Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w Katowicach**, w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 23a ww. ustawy:

1. **karę pieniężną** w wysokości 8.416 zł (słownie: osiem tysięcy czterysta szesnaście zł) za stosowanie postanowienia wzorca umowy określonego w pkt I.1 niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa
2. **karę pieniężną** w wysokości 8.416 zł (słownie: osiem tysięcy czterysta szesnaście zł) za stosowanie postanowienia wzorca umowy określonego w pkt I.2 niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa
3. **karę pieniężną** w wysokości 8.416 zł (słownie: osiem tysięcy czterysta szesnaście zł) za stosowanie postanowienia wzorca umowy określonego w pkt I.3 niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa

IV. na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz.U. z 2018r. poz. 2096 ze zm.) w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, postanawia się obciążyć Global Marketing Holding Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w Katowicach kosztami postępowania w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone w wysokości 26,70 zł (słownie: dwadzieścia sześć zł 70/100) oraz zobowiązać do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Na skutek zawiadomienia Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów-Delegatura w Poznaniu (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy działania Global Marketing Holding Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w Katowicach (dalej: Spółka) związane ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych na rzecz konsumentów oraz podmiotów zaangażowanych w proces zawierania przez Spółkę umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych z konsumentami i ich wykonywania, uzasadniają wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W toku postępowania ustalono, że w ramach prowadzonej działalności Spółka oferuje konsumentom na terenie całego kraju usługi telekomunikacyjne, w tym m.in. usługi telefoniczne w sieci stacjonarnej oraz usługi dostępu do Internetu. Spółka poinformowała, że z dniem 3 lipca 2018r. zaprzestała pozyskiwania abonentów i od tej daty nie zawiera nowych umów z konsumentami. Umowy z konsumentami Spółka zawierała poza lokalem przedsiębiorstwa, w oparciu o opracowane różne wzorce umów- w zależności od rodzaju oferowanej usługi i pakietu taryfowego. Spółka wykorzystywała m.in. wzorce umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych o nazwach: „Konsument”, Mobilny Stacjonarny „Konsument” oraz Abonament „Promocyjny Smart Junior 02”.

Analiza ww. wzorców dała podstawę do wszczęcia przeciwko Spółce w dniu 12 marca 2019r. postępowania w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone, w związku z podejrzeniem stosowania postanowień, które mogą zostać uznane za niedozwolone na podstawie art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego, o treści:

1. „Umowa zawarta na czas określony 24 miesięcy ulega przedłużeniu na kolejny czas określony 24 miesięcy, o ile Abonent nie wyrazi innego oświadczenia woli pisemnie w okresie od zawarcia Umowy do 30 dnia przed upływem okresu na jaki Umowa została zawarta” (§ 2 ust. 1 wzorca umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych „Konsument”)
2. „Umowa zawarta na czas określony 24 miesięcy ulega przedłużeniu na kolejny czas określony 24 miesięcy, chyba że Abonent złoży w okresie od zawarcia Umowy do 30 dni przed upływem okresu 24 miesięcy, oświadczenie o braku zgody na przekształcenie Umowy zawartej na czas określony 24 miesięcy w Umowę na kolejny czas określony 24 miesięcy” (§ 1 ust. 18 wzorca umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych Mobilny Stacjonarny „Konsument”)
3. „Umowa zawarta na czas określony po upływie czasu, na jaki została zawarta, automatycznie przekształci się w Umowę na czas określony 36 miesięcy, chyba że Abonent na 30 dni przed upływem okresu, na który umowa została zawarta, zawiadomi Operatora na piśmie o odstąpieniu od umowy” (pkt 1 wzorca umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych Abonament „Promocyjny Smart Junior 02”).

Spółka nie zajęła stanowiska co do postawionego zarzutu. W odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu, pismem z dnia 11 czerwca 2019r. Spółka poinformowała, że zaprzestała zawierania umów z konsumentami w oparciu o ww. wzorce umów z dniem 30 października 2017r.

W trakcie postępowania Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę, zgodnie z art. 73 ust. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, o zaliczeniu w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu materiału postępowania wyjaśniającego o sygn. akt RPZ-403/3/18/JM poprzedzającego jego wszczęcie w postaci:

- wezwania Prezesa Urzędu z dnia 8 lutego 2018r. oraz pisma Spółki z dnia 22 lutego 2018r. przestanego w odpowiedzi na ww. wezwanie
- wezwania Prezesa Urzędu z dnia 17 maja 2018r. oraz pisma Spółki z dnia 6 czerwca 2018r. przestanego w odpowiedzi na ww. wezwanie wraz z załączonymi do niego wzorcami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych o nazwach: umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych „Konsument”, umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych Mobilny Stacjonarny „Konsument” oraz umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych Abonament „Promocyjny Smart Junior 02”
- wezwania Prezesa Urzędu z dnia 4 grudnia 2018r. oraz pisma Spółki z dnia 14 grudnia 2018r. przestanego w odpowiedzi na ww. wezwanie wraz z załącznikiem nr 4 wskazującym liczbę umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych przez Spółkę w oparciu o przedłożone wzorce umów.

Pismem z dnia 23 października 2019r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz możliwości zapoznania się z nim i złożenia dodatkowych wyjaśnień. Spółka nie skorzystała z tego uprawnienia.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Global Marketing Holding Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w Katowicach jest spółką prawa handlowego wpisaną do rejestru przedsiębiorców pod numerem KRS 0000582183 (dowód: odpis z rejestru przedsiębiorców KRS- k. 112-113 akt). Spółka została wpisana do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej pod numerem 11728 (<https://bip.uke.gov.pl/rpt/rejestr-przedsiębiorcow-telekomunikacyjnych>).

W ramach prowadzonej działalności Spółka oferowała konsumentom usługi telekomunikacyjne, w tym m.in. usługi telefoniczne w sieci stacjonarnej oraz usługi dostępu do Internetu. Spółka prowadziła ww. działalność na terenie całego kraju, zawierając umowy z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa. Umowy zawierane były w oparciu o różne wzorce umów- w zależności od rodzaju oferowanej usługi i pakietu taryfowego. Spółka wykorzystywała m.in. wzorce umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych o nazwach: „Konsument”, Mobilny Stacjonarny „Konsument” oraz Abonament „Promocyjny Smart Junior 02”. We wzorcach tych zamieszczono postanowienia o treści:

1. „Umowa zawarta na czas określony 24 miesiące ulega przedłużeniu na kolejny czas określony 24 miesiące, o ile Abonent nie wyrazi innego oświadczenia woli pisemnie w okresie od zawarcia Umowy do 30 dni przed upływem okresu na jaki Umowa została zawarta” (§ 2 ust. 1 wzorca umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych „Konsument”)
2. „Umowa zawarta na czas określony 24 miesiące ulega przedłużeniu na kolejny czas określony 24 miesiące, chyba że Abonent złoży w okresie od zawarcia Umowy do 30 dni przed upływem okresu 24 miesiące, oświadczenie o braku zgody na przekształcenie Umowy zawartej na czas określony 24 miesiące w Umowę na kolejny czas określony 24 miesiące” (§ 1 ust. 18 wzorca umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych Mobilny Stacjonarny „Konsument”)
3. „Umowa zawarta na czas określony po upływie czasu, na jaki została zawarta, automatycznie przekształca się w Umowę na czas określony 36 miesiące, chyba że Abonent na 30 dni przed upływem okresu, na który umowa została zawarta, zawiadomi Operatora na piśmie o odstąpieniu od umowy” (pkt 1 wzorca umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych Abonament „Promocyjny Smart Junior 02”)

Pierwszy z wymienionych powyżej wzorców Spółka wykorzystywała w obrocie z konsumentami od dnia 11 kwietnia 2017r., drugi- od dnia 31 lipca 2017r., a ostatni- od dnia 2 sierpnia 2017r. (dowód: pisma Spółki z dnia: 22 lutego 2018r. i 6 czerwca 2018r. wraz z załączonymi do niego wzorcami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych „Konsument”, Mobilny Stacjonarny „Konsument” i Abonament „Promocyjny Smart Junior 02”- k. 12-13 i 15-13 akt). Spółka zaniechała stosowania ww. wzorców z dniem 3 lipca 2018r. (dowód: pismo Spółki z dnia 17 października 2019r.- k. 118 akt).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

I.

Naruszenie interesu publicznego

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu

jest prowadzona w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost 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 ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W opinii Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, zainteresowanych usługami telekomunikacyjnymi, którzy mogli być narażeni na stosowanie przez Spółkę we wzorcach umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych niedozwolonych postanowień umownych. Zakwestionowane działania Spółki nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wynika z faktu posługiwania się przez Spółkę wzorcami umowy przy oferowaniu usług konsumentom.

Należy jednocześnie podkreślić, że przepisy art. 385¹ i art. 385³ Kodeksu cywilnego, które stanowią materialną podstawę ingerencji Prezesa Urzędu w niniejszej sprawie, implementują do prawa krajowego dyrektywę Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich (Dz.U.UE.L.1993.95.29). Interpretacji tych przepisów należy zatem dokonywać w odniesieniu do uregulowań zawartych w dyrektywie. Zgodnie z preambułą dyrektywy, obowiązkiem państw członkowskich jest zapewnienie, aby umowy zawierane z konsumentami nie zawierały nieuczciwych warunków. Należy tym samym uznać, że ochrona interesu publicznego w rozpatrywanej sprawie wyraża się także w konieczności zagwarantowania, by we wzorcach umów wykorzystywanych przez przedsiębiorców w relacjach z konsumentami nie występowały niedozwolone postanowienia umowne.

Naruszenie art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Zgodnie z art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie we wzorcach umów zawieranych z konsumentami niedozwolonych postanowień umownych, o których mowa w art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego.

Odwolanie się do stosowania we wzorcach umów zawieranych z konsumentami niedozwolonych postanowień umownych w rozumieniu art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego powoduje, że zrekonstruowanie treści zakazu wynikającego z art. 23a wymaga sięgnięcia także do uregulowań kodeksowych, odnoszących się do wzorców umów i postanowień niedozwolonych (por. K. Pacuła [w:] Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów; art. 23a-23d i 99a-99f. Komentarz pod red. K. Osajdy, 2018, wyd. 1, Legalis). O ile bowiem art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego określa cywilnoprawne skutki zastosowania w umowie niedozwolonego postanowienia umownego, o tyle art. 23a ww. ustawy ustanawia publicznoprawny zakaz w tym zakresie.

Należy w tym miejscu wyjaśnić, że art. 23a ustawy, obowiązujący od dnia 17 kwietnia 2016r., został wprowadzony przez ustawę z dnia 5 sierpnia 2015r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015r. poz. 1634). Ustawa ta uchylila jednocześnie przepisy art. 479³⁶-479⁴⁴ Kodeksu postępowania cywilnego, na mocy których o uznaniu postanowień wzorca umowy za niedozwolone orzekał Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: SOKiK; SOKiK rozpoznaje nadal sprawy, w których pozwy złożone zostały przed dniem 17 kwietnia 2016r.). Oprócz zmiany kognicji w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone, zmianie uległa również sama treść zakazu. Regulujący tę kwestię art. 479³⁸ § 1 Kodeksu postępowania cywilnego stanowił, że powództwo w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone może wytoczyć każdy, kto według oferty pozwanego mógłby zawrzeć z nim umowę zawierającą postanowienie, którego uznania za niedozwolone żąda się pozwem. Ww. przepis przewidywał więc, że muszą wystąpić dwa elementy: oferta pozwanego (przedsiębiorcy) oraz możliwość zawarcia z nim umowy, tj.

możliwość powstania węzła obligacyjnego pomiędzy konsumentem a pozwanym przedsiębiorcą. Zakaz ten przedstawiany był w ujęciu podmiotowym.

Zakaz wynikający z art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów opiera się natomiast na innej konstrukcji prawnej. Ustawodawca nie powtórzył wymogu potencjalnego zawarcia z konsumentem przez przedsiębiorcę, będącego obecnie stroną postępowania przez Prezesa Urzędu, umowy obejmującej kwestionowane postanowienie. Uzasadniony jest wniosek, że zamiast podejścia podmiotowego ustawodawca zwraca uwagę na samą czynność, polegającą na stosowaniu we wzorcu umowy postanowienia niedozwolonego.

Prezes Urzędu podziela stanowisko, zgodnie z którym do naruszenia zakazu określonego w tym przepisie dochodzi z chwilą, gdy przedsiębiorca rozpocznie stosowanie wzorca obejmującego postanowienia niedozwolone w ramach prowadzonej przez siebie działalności w tym znaczeniu, że stworzy warunki, w których możliwe będzie zawieranie z konsumentami umów przy wykorzystaniu tego wzorca. Chodzi o pewien stan gotowości do wykorzystania wzorca umowy. Stosowanie wzorca nie powinno być jednak utożsamiane ze skutecznym zawieraniem umów przy jego wykorzystaniu. O braku naruszenia zakazu z art. 23a ustawy nie przesądza to, że przedsiębiorca nie zawarł jakiejkolwiek umowy przy jego wykorzystaniu (por. K. Pacuła [w:] Ustawa o ochronie konkurencji (...), op. cit.).

Zgodnie z art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego, postanowienia umowy zawieranej z konsumentem nie uzgodnione indywidualnie nie wiążą go, jeżeli kształtują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy (niedozwolone postanowienia umowne). Nie dotyczy to postanowień określających główne świadczenia stron, w tym cenę lub wynagrodzenie, jeżeli zostały sformułowane w sposób jednoznaczny. W świetle ww. przepisu, możliwość uznania postanowienia za niedozwolone uzależniona jest od stwierdzenia, że:

1. postanowienie jest stosowane przez przedsiębiorcę wobec konsumentów
2. postanowienie nie zostało indywidualnie uzgodnione
3. postanowienie kształtuje prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy
4. postanowienie nie określa głównych świadczeń stron chyba, że zostało sformułowane w sposób niejednoznaczny.

Stosowanie postanowienia przez przedsiębiorcę

Zakaz wyrażony w art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów adresowany jest wyłącznie do przedsiębiorcy. Art. 4 pkt 1 ww. ustawy stanowi, że ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018r. - Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2019r. poz. 1292 ze zm.). Art. 4 ust. 1 Prawa przedsiębiorców za przedsiębiorcę uznaje osobę fizyczną, osobę prawną lub jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonującą działalność gospodarczą. Global Marketing Holding Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w Katowicach jako spółka prawa handlowego wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu Prawa przedsiębiorców. Spółka jest tym samym przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, którego działania podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów tej ustawy.

Brak indywidualnego uzgodnienia

Należy wskazać, że przepisy art. 385¹-385³ Kodeksu cywilnego stanowią materialną podstawę zarówno dla abstrakcyjnej kontroli postanowień wzorca umowy prowadzonej przez Prezesa Urzędu (do dnia 16 kwietnia 2016r. przez SOKiK), jak i dla kontroli incydentalnej, prowadzonej przez sąd w sprawie o uznanie postanowień umowy za niedozwolone. Postępowania te mają tę samą kodeksową podstawę materialną, jednak różny pozostaje przedmiot kontroli. W pierwszym przypadku przedmiotem kontroli Prezesa Urzędu są postanowienia wzorca umowy, w drugim- konkretne postanowienia umowy.

Przyjmuje się jednocześnie, że ustawodawca użył w art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego terminu „*postanowienia umowy*” w znaczeniu potocznym (w imię postulatu zrozumiałości treści przepisu), obejmując nim zarówno postanowienia umowy w ścisłym znaczeniu tego terminu (czyli objęte konsensem stron postanowienia czynności prawnej), jak i postanowienia wzorców umownych, które nie są „*postanowieniami umowy*” w ścisłym znaczeniu, ale kształtują także treść stosunku zobowiązaniowego (por. np. wyroki: Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 21 października 2011r. sygn. akt VI ACa 618/11 i Sądu Najwyższego z dnia 8 czerwca 2004r. sygn. akt I CK 635/03).

W postępowaniu w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone Prezes Urzędu nie bada konkretnych stosunków umownych pomiędzy kontrahentami, ale postanowienia wzorca i treść hipotetycznych stosunków, jakie mogą powstać pomiędzy przedsiębiorcą a potencjalnym konsumentem na jego podstawie. W konsekwencji, nie ma znaczenia, czy konkretna umowa była między stronami negocjowana bądź, czy wzorzec był, czy też nie był zastosowany przy zawieraniu konkretnej umowy. Kontrola Prezesa Urzędu ma charakter oceny *ex ante* i obejmuje wzorzec, nie zaś konkretną umowę. Decydujące znaczenie ma fakt, że przedsiębiorca wprowadził wzorzec do obrotu, występując do konsumentów z ofertą zawarcia umowy w oparciu o jego postanowienia. Taka sytuacja ma miejsce w niniejszej sprawie. Uzasadniony jest w związku z tym wniosek, że przedmiot kontroli abstrakcyjnej, którym są postanowienia wzorca umowy, a nie postanowienia umów zawieranych przy wykorzystaniu wzorca powoduje, że w ramach tej kontroli przesłanka braku indywidualnego uzgodnienia, o której mowa w art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego, nie ma znaczenia.

Główne świadczenia stron

Podkreślenia wymaga, że za świadczenia główne uznaje się te, które zmierzają bezpośrednio do osiągnięcia celu umowy, tj. bez których nie dochodzi do powstania zobowiązania z danej umowy. W wyroku z dnia 8 czerwca 2004r. sygn. akt I CK 635/03 Sąd Najwyższy stwierdził, że pojęcie „*głównych świadczeń stron*”, o którym mowa w art. 385¹ § 1 zd. 2 Kodeksu cywilnego, należy interpretować raczej wąsko, w nawiązaniu do elementów przedmiotowo istotnych umowy. Zdaniem Sądu Najwyższego, przemawia za tym treść tego przepisu, w którym ustawodawca posłużył się terminem „*postanowienia określające główne świadczenia stron*”, a nie zwrotem „*dotyczące*” takiego świadczenia, który ma szerszy zakres.

Uwzględniając istotę umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych należy uznać, że w tej umowie głównymi świadczeniami stron są: świadczenie usług telekomunikacyjnych przez Spółkę oraz ponoszenie comiesięcznych opłat za te usługi przez konsumenta.

Zakwestionowane postanowienia, regulujące kwestię automatycznego przedłużenia zawartej przez strony umowy, po upływie okresu, na jaki umowa została zawarta, nie określają głównych świadczeń stron umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Dlatego ww. postanowienia mogą podlegać ocenie z punktu widzenia przesłanek określonych w art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego.

Sprzeczność z dobrymi obyczajami i rażące naruszenie interesów konsumenta

Wykładnia art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego prowadzi do wniosku, że abstrakcyjna ocena abuzywności postanowienia wzorca powinna uwzględniać dwie przesłanki wymienione w tym przepisie: „*sprzeczność z dobrymi obyczajami*” oraz „*rażące naruszenie interesów konsumenta*”, które muszą być spełnione kumulatywnie.

Dobre obyczaje pojmowane są jako reguły postępowania zgodne z etyką, moralnością i aprobowanymi społecznie obyczajami. Istotą tego pojęcia jest szeroko rozumiany szacunek dla drugiego człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się właściwym informowaniem o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniem uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniem partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta,

a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności. Chodzi więc o postępowanie, które potocznie jest rozumiane jako nieuczciwe, nierzetelne, sprzeczne z akceptowanymi standardami działania (por. wyroki SOKiK z dnia: 23 lutego 2006r. sygn. akt XVII AmA 118/04, 14 grudnia 2006r. sygn. akt XVII AmC 152/05 i 4 września 2012r. sygn. akt XVII AmC 5500/11; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 8 czerwca 2004r. sygn. akt I CK 635/03).

Dobre obyczaje są pozaprawnymi normami postępowania, którymi winni kierować się przedsiębiorcy względem konsumentów. Ich treści nie da się określić w sposób wyczerpujący, ponieważ kształtowane są przez postawy uwarunkowane zarówno przyjmowanymi wartościami moralnymi, jak i celami ekonomicznymi i związanymi z nimi praktykami życia gospodarczego. Oceniając postanowienie pod kątem tej przesłanki Prezes Urzędu musi dokonać jej konkretyzacji, tj. wskazać, na czym polega naruszenie dobrych obyczajów w tym postanowieniu.

Przy ocenie nieuczciwego charakteru danego postanowienia pomocna może być weryfikacja jego „przyzwoitości”, polegająca na zbadaniu, czy oceniane postanowienie wzorca umowy jest sprzeczne z ogólnym wzorcem zachowań przedsiębiorców wobec konsumentów. Ocena taka wymaga także ustalenia, jak wyglądałyby prawa lub obowiązki konsumenta w braku takiej klauzuli. Jeżeli konsument byłby w lepszej sytuacji na podstawie ogólnych przepisów, gdyby konkretnego postanowienia wzorca nie było, należy przyjąć, że ma ono charakter nieuczciwy (por. wyroki Sądu Najwyższego z dnia: 19 marca 2007r. sygn. akt III SK 21/06, 11 października 2007r. sygn. akt III SK 19/07 i 29 sierpnia 2013r. sygn. I CSK 660/12).

Druga z wymienionych przesłanek odnosi się do rażącego, a więc doniosłego, znaczącego naruszenia interesów konsumenta. Pojęcie „*interesy*” konsumenta należy przy tym rozumieć szeroko, nie tylko jako niekorzystne ukształtowanie jego sytuacji ekonomicznej. Należy tu uwzględnić także takie aspekty, jak: niewygodna organizacyjna, strata czasu, nierzetelne traktowanie, naruszenie prywatności konsumenta, czy inne uciążliwości, jakie mogłyby powstać na skutek wprowadzenia do zawartej umowy ocenianego postanowienia. Przy określaniu stopnia naruszenia interesów konsumenta należy z kolei stosować nie tylko kryteria obiektywne (np. wielkość poniesionych czy grożących strat), lecz również względy subiektywne związane bądź to z przedsiębiorcą bądź z konsumentami. Konieczne jest zbadanie, jaki jest zakres grożących potencjalnemu konsumentowi strat lub niedogodności (por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 8 czerwca 2004r. sygn. akt I CK 635/03; wyrok SOKiK z dnia 26 maja 2015r. sygn. akt XVII AmC 2615/14).

Dokonując wykładni art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego, Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 13 lipca 2005r. sygn. akt I CK 832/04 wskazał, że „*rażące naruszenie interesów konsumenta*” oznacza nieusprawiedliwioną dysproporcję praw i obowiązków na jego niekorzyść w określonym stosunku obligacyjnym, natomiast „*działanie wbrew dobrym obyczajom*” w zakresie kształtowania treści takiego stosunku obligacyjnego wyraża się w tworzeniu przez partnera konsumenta takich klauzul umownych, które godzą w równowagę kontraktową tego stosunku. Sąd Najwyższy podkreślił jednocześnie, że obie wskazane w tym przepisie formuły prawne służą ocenie tego, czy standardowe klauzule umowne zawarte we wzorcu umownym przekraczają zakreślone przez ustawodawcę granice rzetelności kontraktowej twórcy wzorca w zakresie kształtowania praw i obowiązków stron konsumenckiego stosunku obligacyjnego.

Ocena postanowień wzorców umów stosowanych przez Spółkę

Jak wskazano powyżej, we wzorcach umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych Spółki o nazwach: „Konsument”, Mobilny Stacjonarny „Konsument” i Abonament „Promocyjny Smart Junior 02” zamieszczono postanowienia o treści odpowiednio:

1. „Umowa zawarta na czas określony 24 miesiące ulega przedłużeniu na kolejny czas określony 24 miesiące, o ile Abonent nie wyrazi innego oświadczenia woli pisemnie

w okresie od zawarcia Umowy do 30 dnia przed upływem okresu na jaki Umowa została zawarta” (§ 2 ust. 1)

2. „Umowa zawarta na czas określony 24 miesiące ulega przedłużeniu na kolejny czas określony 24 miesiące, chyba że Abonent złoży w okresie od zawarcia Umowy do 30 dni przed upływem okresu 24 miesiące, oświadczenie o braku zgody na przekształcenie Umowy zawartej na czas określony 24 miesiące w Umowę na kolejny czas określony 24 miesiące” (§ 1 ust. 18)
3. „Umowa zawarta na czas określony po upływie czasu, na jaki została zawarta, automatycznie przekształci się w Umowę na czas określony 36 miesiące, chyba że Abonent na 30 dni przed upływem okresu, na który umowa została zawarta, zawiadomi Operatora na piśmie o odstąpieniu od umowy” (pkt 1).

Prezes Urzędu uznał, że ww. postanowienia, przewidujące automatyczne przedłużenie umów zawartych na czas określony na kolejny czas określony w przypadku braku aktywnego działania ze strony konsumenta, spełniają przesłanki niedozwolonego postanowienia umowy w rozumieniu art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego.

Zdaniem Prezesa Urzędu, sprzeczność z dobrymi obyczajami tych postanowień przejawia się w naruszeniu przez Spółkę zasady rzetelnego traktowania kontrahentów i wykorzystania pozycji profesjonalisty przy formułowaniu postanowień umownych. W opinii Prezesa Urzędu, dobrym obyczajem w relacjach przedsiębiorcy z konsumentami powinno być respektowanie przez przedsiębiorcę faktu zakończenia łączącego strony stosunku umownego wskutek upływu czasu, na jaki został przewidziany, tj. nieprzedłużanie go automatycznie na dalszy czas oznaczony, gdy konsument nie podejmie określonych czynności. Dobry obyczaj wymaga, aby na etapie zawierania umowy konsument mógł dokonać swobodnego i świadomego wyboru, decydując o przedłużeniu umowy zawartej na czas oznaczony o kolejny czas oznaczony lub nieoznaczony bądź o jej nieprzedłużaniu, przy jednoczesnym zapewnieniu przez przedsiębiorcę na etapie przedkontraktowym rzetelnej i pełnej informacji co do konsekwencji dokonanego wyboru.

Należy w tym miejscu zaznaczyć, że umowa na czas oznaczony nie musi bezwzględnie ulegać rozwiązaniu z końcem okresu, na jaki została zawarta. Prezes Urzędu uznaje za dopuszczalne postanowienia wzorców przewidujące automatyczne przedłużenie umowy zawartej na czas oznaczony w umowę na czas nieoznaczony na podstawie postanowień umownych, jeżeli konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia, pod warunkiem jednak skutecznego przekazania konsumentowi informacji w tym zakresie nie tylko przy zawieraniu umowy, ale także w okresie poprzedzającym termin na złożenie ww. oświadczenia. Tego rodzaju postanowienia nie mają abuzywnego charakteru, ponieważ rozwiązanie umowy zawartej na czas nieoznaczony nie pociąga za sobą konsekwencji finansowych dla konsumenta (obowiązku zwrotu ulgi przyznanej przy zawieraniu umowy zgodnie z art. 57 ust. 6 ustawy z dnia 16 lipca 2004r. Prawo telekomunikacyjne- t.j. Dz.U. z 2018r. poz. 1954 ze zm.).

Na podstawie zakwestionowanych postanowień Spółka może uznać, że zawarta z konsumentem umowa, której ustalony okres obowiązywania kończy się, automatycznie przedłuży się, jeżeli konsument nie złoży innego oświadczenia woli. W konsekwencji, nie dojdzie do ustania dotychczasowej umowy, pomimo faktycznego upływu okresu, na jaki została zawarta. Sprzeczność ww. postanowień z dobrymi obyczajami polega więc na przerzuceniu na konsumenta obowiązku podejmowania dodatkowych czynności w celu niedopuszczenia do przedłużenia zawartej umowy na kolejny czas oznaczony w sytuacji, w której konsument nie ma żadnego wpływu na treść tych postanowień. Takie ukształtowanie praw i obowiązków stron może świadczyć o naruszeniu równowagi kontraktowej i postawieniu konsumenta w dużo gorszej pozycji, niż jest Spółka. Automatyczne przedłużenie umowy jest niewątpliwie korzystne dla Spółki, która dzięki temu może utrzymać pozyskanych już wcześniej abonentów, wiążąc ich w kolejnym okresie dotychczasową ofertą, bez podejmowania działań, które musiałaby podjąć, aby zachęcić np. nowych klientów do skorzystania z jej usług. Ten mechanizm może jednak być niekorzystny dla konsumenta. Jego stosowanie oznacza, że upływ okresu umowy nie

wywiera żadnego skutku, a zakończenie stosunku umownego uzależnione od podjęcia przez konsumenta dodatkowych czynności.

W ocenie Prezes Urzędu, zakwestionowane postanowienia naruszają także rażąco interesy ekonomiczne i pozaekonomiczne konsumenta. Przede wszystkim ich zastosowanie może wiązać się z niedogodnościami po stronie konsumenta, wynikającymi nie tylko z konieczności złożenia odpowiedniego oświadczenia, ale także zachowania terminu, w którym powinno być przedstawione Spółce. Wymaga to np. zwrócenia przez konsumenta szczególnej uwagi na upływający czas obowiązywania umowy, śledzenia i pilnowania, czy nie upłynął ostateczny termin, w którym oświadczenie może być złożone. Co więcej, zamierzając nie dopuścić do automatycznego przedłużenia umowy konsument powinien również zwrócić uwagę na treść składanego oświadczenia. W przypadku wzorca umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych „Konsument”, § 2 ust. 1 nie precyzuje, jakie oświadczenie powinien złożyć konsument, aby oświadczenie to wywołało skutek w postaci nieprzedłużenia umowy. Postanowienie wskazuje jedynie, że umowa przedłuży się, jeżeli abonent nie wyrazi „*innego oświadczenia woli*”. W drugim z kwestionowanych postanowień (§ 1 ust. 18 wzorca umowy Mobilny Stacjonarny „Konsument”) wskazano na „*oświadczenie o braku zgody na przekształcenie umowy*”. Z kolei w ostatnim postanowieniu (pkt 1 wzorca umowy Abonament „Promocyjny Smart Junior 02”) przewidziano, że umowa nie przedłuży się, jeżeli abonent zawiadomi Spółkę o odstąpieniu od umowy. Aby nie doszło do automatycznego przedłużenia umowy, każdorazowo konsument powinien tym samym dokonać też oceny znaczenia pojęć, które występują w tych postanowieniach i dostosować do nich treść swojego oświadczenia. Ww. regulacje świadczą o nieuzasadnionej dysproporcji praw i obowiązków na niekorzyść konsumenta, skoro to konsument został obciążony dodatkowymi obowiązkami w celu zapobieżenia przedłużeniu umowy, a Spółce zagwarantowano kontynuację umowy bez podejmowania przez nią jakichkolwiek działań.

Należy ponadto zauważyć, że automatyczne przedłużenie umowy skutkuje związaniem konsumenta umową ze Spółką na dalszy, wielomiesięczny czas oznaczony na dotychczasowych warunkach promocyjnych, tj. przy zastosowaniu przyznanych już ulg (np. w opłacie abonamentowej). Jeżeli konsument chciałby jednostronnie rozwiązać tak przedłużoną umowę choćby w pierwszym miesiącu po jej automatycznej prolongacji, będzie zobowiązany do zwrotu odpowiedniej części przyznanej mu ulgi (por. np. § 1 ust. 13 i 14 wzorca umowy „Konsument”; § 1 ust. 21 i 22 wzorca umowy Mobilny Stacjonarny „Konsument”; Tabelę nr 1 stanowiącą załącznik do wzorca umowy Abonament „Promocyjny Smart Junior 02”). W takiej sytuacji Spółka może bowiem wystąpić do konsumenta na podstawie art. 57 ust. 6 Prawa telekomunikacyjnego z żądaniem zwrotu wartości przyznanej mu ulgi, pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania.

Co za tym idzie, zastosowanie ww. postanowień prowadzi do postawienia konsumenta wobec alternatywy: kontynuowania umowy mimo, że tego nie chce i ponoszenia opłat na rzecz Spółki przez kolejne 24 lub 36 miesięcy bądź jednostronnego rozwiązania przedłużonej umowy i zwrotu Spółce udzielonej ulgi. Niezależnie od tego, jaką decyzję podejmie konsument, w każdej z wymienionych sytuacji poniesie negatywne skutki ekonomiczne w następstwie dokonanego wyboru.

Zdaniem Prezesa Urzędu, abuzywność omawianych postanowień potwierdza również test ich „*przyzwoitości*”. Niewątpliwie konsument byłby w lepszej sytuacji, gdyby we wzorcu nie zamieszczono tej treści postanowień, ponieważ nie ciążyłby na nim obowiązek podjęcia określonych działań celem zapobieżenia automatycznemu przedłużeniu jego dotychczasowej umowy ze Spółką.

Mając na względzie powyższe, Prezes Urzędu uznał, że ww. postanowienia stanowią niedozwolone postanowienia umowne w rozumieniu art. 385¹ § 1 Kodeksu cywilnego.

Uznając wymienione powyżej postanowienia za niedozwolone, zgodnie z art. 23b ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu zakazał Spółce ich wykorzystywania.

II.

Zgodnie z art. 23b ust. 2 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w decyzji o uznaniu postanowienia wzorca umowy za niedozwolone i zakazującej jego wykorzystywania, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zakazu, o którym mowa w art. 23a, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do poinformowania konsumentów, będących stronami umów zawartych na podstawie ww. wzorca o uznaniu za niedozwolone jego postanowień- w sposób określony w decyzji.

W rozpatrywanej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu wskazanego środka, w postaci nałożenia na Spółkę obowiązku skierowania do konsumentów, będących stronami obowiązujących nadal umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych na czas oznaczony na podstawie wymienionych wzorców umów, na piśmie, za zwrotnym potwierdzeniem odbioru w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji, informacji o wydaniu przez Prezesa Urzędu niniejszej decyzji nr RPZ 15/2019 z dnia 21 listopada 2019r. o treści:

„Global Marketing Holding Sp. z o.o. Sp.k. z siedzibą w Katowicach informuje, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzją nr RPZ 15/2019 z dnia 21 listopada 2019r. uznał za niedozwolone postanowienia wzorców umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, wykorzystywane przez Spółkę w obrocie z konsumentami o następującej treści: (...) - należy przytoczyć treść postanowień uznanych za niedozwolone z oznaczeniem wzorca, w którym zostały zamieszczone.

W związku z powyższym, postanowienia te nie wiążą Pani/Pana, czyli są bezskuteczne. Bezskuteczność powstaje z mocy prawa i nie jest konieczne stwierdzenie jej na drodze sądowej. Klauzulę uznaną za abuzywną należy zatem traktować tak, jakby w ogóle nie została zamieszczona w zawartej umowie.

Decyzja Prezesa UOKiK została udostępniona na stronie internetowej www.uokik.gov.pl.

Podpis osoby uprawnionej do reprezentacji Spółki”

Nałożenie na Spółkę wymienionego obowiązku ma na celu poinformowanie kontrahentów Spółki o wydanej decyzji oraz skutkach stwierdzenia abuzywności postanowień wzorców umów Spółki. Zdaniem Prezesa Urzędu, wykonanie tego obowiązku pozwoli konsumentom na dokonanie oceny ich sytuacji prawnej względem Spółki, w szczególności w zakresie wynikających z tej decyzji skutków.

III.

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 3a 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 obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 23a ustawy. Art. 106 ust. 3 ww. ustawy, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje m.in. w pkt 1, że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat- w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości. Art. 106 ust. 5 ustawy stanowi przy tym, że 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 na podstawie ust. 1 uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary.

W rachunku zysków i strat za 2018r. Spółka wykazała przychód w wysokości [usunięto] zł, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2018r., tj. 4,30 zł, stanowi [usunięto] euro po zaokrągleniu (stosownie do art. 5 powołanej ustawy, przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego

poprzedzającego rok nałożenia kary). Obrót Spółki w 2018r. jest więc wyższy niż 100.000 euro. Uzasadnia to zastosowanie przy nałożeniu na Spółkę kary pieniężnej art. 106 ust. 1 ustawy, bez odniesienia do szczegółowych zasad ustalania wysokości kary przewidzianych w ust. 5 tego przepisu, mającego zastosowanie wówczas, gdy obrót przedsiębiorcy nie przekracza wartości 100.000 euro.

Kara pieniężna za naruszenie zakazu określonego w art. 23a ustawy 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 ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy).

Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie naruszenia przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszenia, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

Prezes Urzędu uznał, że okoliczności niniejszej sprawy, w szczególności możliwe negatywne skutki zastosowania ww. postanowień dla interesów konsumentów, uzasadniają nałożenie na Spółkę kar pieniężnych.

Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje na nieumyślne naruszenie przez Spółkę zakazu wyrażonego w art. 23a ustawy. W opinii Prezesa Urzędu, Spółka naruszyła zasady ostrożności w relacjach z konsumentami. Należy podkreślić, że jako profesjonalista Spółka ma obowiązek w swoich działaniach skierowanych wobec konsumentów uwzględnić obowiązujące przepisy prawa, w tym określające, jakie postanowienia mogą spełniać przesłanki niedozwolonych postanowień umownych. Z racji posługiwania się wzorcem umownym w obrocie z konsumentami, Spółka powinna zwrócić szczególną uwagę na przepisy art. 385¹ § 1 i art. 385³ Kodeksu cywilnego oraz zakaz wynikający z art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Uwzględnienie przez Spółkę tych przepisów, z uwagi na zawodowy charakter prowadzonej działalności, nie wymaga zachowania szczególnej bądź nadzwyczajnej staranności. Dlatego Prezes Urzędu uznał, że stwierdzone w niniejszym postępowaniu naruszenia są skutkiem niedochowania przez Spółkę należytej staranności.

Rozstrzygając o wadze tych naruszeń Prezes Urzędu uwzględnił również okres ich trwania, który w odniesieniu do postanowień uznanych za niedozwolone w pkt I.2 i i I.3 sentencji niniejszej decyzji nie przekroczył 1 roku, a w odniesieniu do postanowienia z pkt I.1. nieznacznie przekroczył 1 rok.

Oceniając szkodliwość ww. postanowień Prezes Urzędu wziął pod uwagę ich bezpośredni wpływ na sytuację ekonomiczną konsumenta. Przewidziany w tych postanowieniach mechanizm automatycznego przedłużenia umowy w przypadku niepodjęcia przez konsumenta określonych działań (niezłożenia oświadczenia w określonym czasie), skutkuje związaniem konsumenta umową ze Spółką na dalszy, wielomiesięczny czas oznaczony na dotychczasowych warunkach promocyjnych, a więc przy zastosowaniu przyznanych już ulg. Konsument nie może zakończyć nawiązanego w ten sposób stosunku

umownego bez konsekwencji finansowych, tj. bez obowiązku zwrotu Spółce odpowiedniej części przyznanej mu ulgi w opłatach. W celu uniknięcia tego kosztu konsument może jedynie kontynuować przedłużoną umowę terminową, ponosząc opłatę abonamentową na rzecz Spółki. Zdaniem Prezesa Urzędu, na szkodliwość ww. postanowień wpływa także ich uciążliwość dla konsumenta, wyrażająca się w obowiązku podjęcia określonych czynności-złożenia stosownego oświadczenia i dotrzymania terminu, w którym powinno być złożone, aby zapobiec automatycznemu przedłużeniu umowy na kolejny czas oznaczony.

Z tych przyczyn Prezes Urzędu ustalił kwotę bazową kary za stosowanie każdego z postanowień na poziomie [usunięto] % obrotu Spółki w 2018r., tj. w wysokości po [usunięto] zł.

Dokonując kalkulacji kar w dalszej kolejności Prezes Urzędu uwzględnił, jako okoliczność łagodzącą, zaniechanie przez Spółkę stosowania każdego z ww. postanowień przed wszczęciem przeciwko niej niniejszego postępowania. Okoliczność ta skutkowałą zmniejszeniem wysokości kar o [usunięto] %, do kwoty 8.416 zł w odniesieniu do każdego z postanowień uznanych za niedozwolone. Prezes Urzędu uznał jednocześnie, że w przypadku omawianych naruszeń nie występują okoliczności obciążające, które przemawiałyby za podwyższeniem kar. W szczególności Spółce nie można przypisać umyślności działania, a więc zamiaru naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Ostatecznie zatem Prezes Urzędu nałożył na Spółkę kary pieniężne w wysokości po 8.416 zł za każde z postanowień uznanych za niedozwolone. Każda z kar stanowi [usunięto] % obrotu Spółki w 2018r. i [usunięto] % kary maksymalnej, co oznacza, że mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 3a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zdaniem Prezesa Urzędu, nałożone na Spółkę kary są adekwatne do okoliczności, a także okresu, stopnia i skutków rynkowych stwierdzonych naruszeń przepisów ustawy. Kary pełnią funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu przez Spółkę. Nie bez znaczenia jest również ich walor wychowawczy, odstraszaający innych przedsiębiorców świadczących usługi telekomunikacyjne przed stosowaniem we wzorcach umów niedozwolonych postanowień umownych.

Z uwagi na powyższe, orzeczono jak w pkt III sentencji.

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 w Warszawie: NBP O/O Warszawa 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

IV.

Art. 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje, że jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia oraz osoba zarządzająca, o której mowa w art. 6a, są obowiązani ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 powołanej ustawy, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.

Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania. Art. 83 ww. ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960r.- Kodeks postępowania administracyjnego. Stosownie do art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego, jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Do kosztów przeprowadzonego w niniejszej sprawie postępowania zaliczono, zgodnie z art. 263 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego, poniesione koszty doręczenia pism Spółce w wysokości 26,70 zł.

Ww. koszty należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji na podany powyżej rachunek bankowy.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1460 ze zm.) 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.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt IV sentencji decyzji, na podstawie art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w zw. z art. 83 i art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 479³² § 1 i § 2 Kodeksu postępowania cywilnego, Spółce przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (t.j. Dz.U. z 2019r. poz. 785 ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł. Zgodnie z art. 32 ust 2 tej ustawy, zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie w kwocie 500 zł.

Zgodnie z art. 103 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 Kodeksu postępowania cywilnego, strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaze, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Poznaniu
Jarostaw Krüger

