



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

Katowice, 27 listopada 2014 r.

RKT-61-10/14/BP

DECYZJA Nr RKT – 35/2014

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) oraz § 2 pkt 4 i § 5 ust. 1 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 Marcinowi Janosowi prowadzącemu działalność gospodarczą pod firmą Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „MMJ” Marcin Janos w Siemianowicach Śląskich,

I. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na** stosowaniu mechanizmu automatycznego przedłużania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych na czas oznaczony na kolejny czas oznaczony, w sytuacji braku aktywnego działania ze strony konsumenta, co należy uznać za przejaw stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania,**

II. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki polegające na** naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji:

1. w zakresie Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usługi Telewizyjnej z SGT, Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usługi Telewizyjnej z ID oraz Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usług Internetowych, regulujących prawa i obowiązki stron umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, poprzez:

a. niepełne uregulowanie trybu i warunków dokonywania zmian umowy oraz warunków jej przedłużenia i rozwiązania,

b. brak danych dotyczących minimalnych poziomów jakości świadczonych usług

co jest niezgodne z art. 56 ust. 3 pkt 9 i 12 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 243), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

2. w zakresie Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usługi Telefonicznej, regulującej prawa i obowiązki stron umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, poprzez:

a. niepełne uregulowanie trybu i warunków dokonywania zmian umowy oraz warunków jej przedłużenia i rozwiązania,

- b. brak informacji czy gromadzone są dane o lokalizacji telekomunikacyjnego urządzenia końcowego, z którego wykonywane jest połączenie,
- c. brak informacji o wszelkich ograniczeniach w dostępie lub korzystaniu z usług i aplikacji
- d. brak informacji odnośnie zasad umieszczenia danych abonenta w spisie abonentów w przypadku umowy dotyczącej świadczenia usług głosowych

co jest niezgodne z art. 56 ust. 3 pkt 9, 11 ppkt b i d oraz pkt 19 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 243), a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i nakazuje się zaniechanie ich stosowania,

III. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **nakłada się** na Marcina Janosa prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „MMJ” Marcin Janos w Siemianowicach Śląskich **kary pieniężne** w wysokości:

1. **13 697 zł** (słownie: trzynastu tysięcy sześciuset dziewięćdziesięciu siedmiu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji
2. **4 109 zł** (słownie: czterech tysięcy stu dziewięciu złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji,

IV. na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 263 § 1 i 2 oraz art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tj. Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm.), w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, postanawia się obciążyć Marcina Janosa prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „MMJ” Marcin Janos w Siemianowicach Śląskich **kosztami przeprowadzonego postępowania** w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i zobowiązać ww. przedsiębiorcę do zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwoty **23 zł** (słownie: dwudziestu trzech złotych), w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej także „Prezesem Urzędu”), zostało przeprowadzone z urzędu postępowanie wyjaśniające o sygn. akt RKT-405-04/14/BP, mające na celu wstępne ustalenie, czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach oraz mające na celu wstępne ustalenie, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez Marcina Janosa prowadzącego działalność gospodarczą pod firmą Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „MMJ” Marcin Janos w Siemianowicach Śląskich (zwanego dalej także „przedsiębiorcą” lub „operatorem”). W toku przedmiotowego postępowania powzięto podejrzenie, iż przedsiębiorca stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów opisane w sentencji niniejszej decyzji. W tych okolicznościach, Postanowieniem nr 1 z dnia 29 lipca 2014 r. (dowód: karty nr 1-3) wszczęto z urzędu przedmiotowe postępowanie administracyjne.

W toku niniejszego postępowania, w odpowiedzi na postawione zarzuty, przedsiębiorca przedstawił swoje stanowisko w sprawie w pismach z dn. 28 sierpnia 2014 r. (dowód: karta nr

150), z dn. 9 września 2014 r. (dowód: karty nr 152-154) oraz z dn. 2 października 2014 r. (dowód: karta nr 158).

W piśmie z dn. 28 sierpnia 2014 r., odnośnie punktu I. sentencji niniejszej decyzji, przedsiębiorca zaproponował aby pozostawić zapisy dotyczące mechanizmu automatycznego przedłużania umów zawartych na czas oznaczony, ale jednocześnie aby rozszerzyć je o dodatkowy zapis zobowiązujący przedsiębiorcę do poinformowania konsumenta z co najmniej miesięcznym wyprzedzeniem o zbliżającym się upływie terminu do złożenia oświadczenia woli odnośnie przedłużenia (lub nie) umowy na kolejny czas oznaczony lub jej wypowiedzenia albo przedłużenia na czas nieoznaczony. Natomiast w odniesieniu do punktu II. sentencji niniejszej decyzji przedsiębiorca podniósł, że w dniu 5 sierpnia 2014 r. została przeprowadzona kontrola przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej (zwanego dalej także „Prezesem UKE”) pod względem stosowanych przez niego zapisów dokumentów sprzedażowych dotyczących świadczenia usług telekomunikacyjnych poprzez pryzmat uregulowań ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 243 – zwanej dalej także „Pt”). Podkreślił, iż kontrola ta nie wykazała żadnych nieprawidłowości (dowód: karta nr 150). W piśmie z dn. 9 września 2014 r. przedsiębiorca przedstawił protokół kontroli przeprowadzonej przez Prezesa UKE w dn. 5 sierpnia 2014 r. (dowód: karty nr 152-154).

W piśmie z dn. 2 października 2014 r. przedsiębiorca poinformował, że po przeprowadzeniu rozmów z pracownikami BOK oraz z jego własnego rozeznania wynika, że większość konsumentów, z upływem pierwszego okresu umowy decyduje się na zawarcie kolejnej umowy na nowych (lepszyc) warunkach. Nie zawsze nowa umowa zawierana jest przed końcem pierwszego okresu dotychczasowej umowy, często taka sytuacja ma miejsce już po automatycznym przedłużeniu się umowy. Wówczas przedsiębiorca ma jednak umożliwiać konsumentom zawarcie umowy na nowych warunkach, a dotychczasowa umowa ma być rozwiązywana w drodze porozumienia stron (dowód: karta nr 158).

W pismach z dn. 14 oraz 28 sierpnia 2014 r. przedsiębiorca przedstawił informacje dotyczące osiągniętego przez niego przychodu z tytułu działalności gospodarczej oraz szacunkowe wartości przychodu osiągniętego z tytułu działalności polegającej na zawieraniu z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych (dowód: karty nr 147-149, 150).

Pismem z dnia 7 listopada 2014 r. przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego (dowód: karta nr 160). W wyznaczonym terminie przedsiębiorca nie skorzystał z uprawnienia do zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

Marcin Janos prowadzi działalność gospodarczą pod firmą Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „MMJ” Marcin Janos w Siemianowicach Śląskich (zwany dalej także „przedsiębiorcą” lub „operatorem”) w oparciu o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. Przedmiotem jego działalności jest m.in. działalność w zakresie telekomunikacji przewodowej. Obszar objęty prowadzoną przez przedsiębiorcę działalnością telekomunikacyjną na rzecz konsumentów to teren miasta Siemianowice Śląskie (ok. [...] umów zawartych z konsumentami) oraz niewielki rejon miasta Chorzów (ok. [...] umów zawartych z konsumentami).

Zawierając z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przedsiębiorca stosuje m.in. następujące wzorce umów:

1. Umowa Abonencka o świadczenie usług telekomunikacyjnych dot. Usługi Telewizyjnej z SGT (dowód: karty nr 94-95),

2. Umowa Abonencka o świadczenie usług telekomunikacyjnych dot. Usługi Telewizyjnej z ID (dowód: karty nr 110-111),
3. Umowa Abonencka o świadczenie usług telekomunikacyjnych dot. Usługi Telefonicznej (dowód: karty nr 136-137),
4. Umowa Abonencka o świadczenie usług telekomunikacyjnych dot. Usług Internetowych (dowód: karty nr 126-127),
5. Regulamin Świadczenia Usług Telewizyjnych przez Operatora i Partnera (dowód: karta nr 101).
6. Regulamin Promocji „Multi Paczka” (dowód: karta nr 25 verte),
7. Regulamin Promocji „Multi paczka HD” (dowód: karty nr 107-108),
8. Regulamin Świadczenia Usług Telekomunikacyjnych przez P.H.U. MMJ (dowód: karty nr 98-100),
9. Regulamin Świadczenia Usług Telefonicznych przez Operatora (dowód: karta nr 145).

W umowach o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawieranych z konsumentami przedsiębiorca stosuje postanowienia dotyczące mechanizmu automatycznego przedłużania umów zawartych na czas oznaczony na kolejny czas oznaczony. Mechanizmu tego pozbawione są wyłącznie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczące usługi telefonii stacjonarnej.

W § 4 ust. 2 i 3 umowy abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dot. Usługi Telewizyjnej z SGT (dowód: karta nr 94 verte), § 4 ust. 2 i 3 umowy abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dot. Usługi Telewizyjnej z ID (dowód: karta nr 110 verte), § 4 ust. 2 i 3 umowy abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dot. Usług Internetowych (dowód: karta nr 126 verte), odpowiednio punkt 6 i 7 Regulaminu Promocji „Multi Paczka”, „Multi Paczka HD” (dowód: karta nr 108) znajdują się postanowienia o następującej treści:

„2. Umowa zawarta na czas określony ulega przedłużeniu, zgodnie z warunkami przewidzianymi dla danej Usługi zamawianej na czas określony w Załącznikach doręczonych Abonentowi przy zawarciu Umowy, na kolejny taki sam czas określony liczony od dnia po dniu upływu poprzedniego okresu obowiązywania Umowy zawartej na czas określony, o ile Uczestnik Promocji lub Operator nie złoży na piśmie przeciwnego oświadczenia woli w terminie 3 miesięcy (lub 90 dni) przed upływem terminu obowiązywania Umowy na czas określony. W przypadku przedłużenia Umowy na czas określony zasadę określoną w ust. 3 niniejszego paragrafu stosuje się odpowiednio.

3. Umowa zawarta na czas określony może ulec przedłużeniu na czas nieokreślony albo nie ulega przedłużeniu, o ile Abonent lub Operator złoży stosowne oświadczenie woli w terminie 3 miesięcy przed upływem terminu obowiązywania tej Umowy. Z chwilą przedłużenia Umowy na czas nieokreślony Abonent będzie zobowiązany do uiszczania Opłat Abonamentowych w wysokości określonej w aktualnie obowiązującym Cenniku danych Usług”.

Ponadto w § 8 ust. 14 Regulamin Świadczenia Usług Telekomunikacyjnych przez P.H.U. MMJ przedsiębiorca stosuje postanowienie o treści „Operator może rozwiązać Umowę Abonencką z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na koniec Okresu Rozliczeniowego, w przypadku ważnych przyczyn technicznych lub zaistnienia siły wyższej uniemożliwiającej dalsze świadczenie Usług” (dowód: karta nr 16).

Z przedstawionych przez przedsiębiorcę faktycznie zawartych umów wynika, iż są one zawierane na okres 24 miesięcy (dowód: karty nr 94-146). Ponadto ustalono, że w okresie od stycznia 2013 r. do września 2014 r. automatyczne przedłużenie umowy z konsumentami nastąpiło w [...] przypadkach – dla umów pakietowych telewizja + Internet – oraz w [...] przypadkach dla usługi dostępu do sieci Internet (dowód: karta nr 158). Ponadto liczba aktywnych umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych z konsumentami, w

których funkcjonuje mechanizm automatycznego przedłużania umów wynosi [...] umów, z czego ok. [...] to umowy zawierające pakiet telewizja + Internet, a ok. [...] to umowy dostępu do sieci Internet (dowód: karta nr 158 verte).

Ponadto dokumenty wymienione powyżej w punktach 1.-9. Są stosowane przez przedsiębiorcę w obrocie konsumenckim co najmniej od września 2013 r. (dowód: karta nr 8).

Równocześnie analiza zawieranych przez przedsiębiorcę umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz ich poszczególnych regulaminów wykazała brak lub niepełne uregulowanie w tych dokumentach następujących informacji:

A. odnośnie Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dot. Usługi Telewizyjnej z SGT:

- a) niepełne uregulowanie trybu i warunków dokonywania zmian umowy oraz warunków jej przedłużenia i rozwiązania,
- b) brak danych dotyczących minimalnych poziomów jakości świadczonych usług (dowód: karty nr 94-109).

B. odnośnie Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dot. Usługi Telewizyjnej z ID:

- a) niepełne uregulowanie trybu i warunków dokonywania zmian umowy oraz warunków jej przedłużenia i rozwiązania,
- b) brak danych dotyczących minimalnych poziomów jakości świadczonych usług (dowód: karty nr 110-125).

C. odnośnie Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dot. Usługi Telefonicznej:

- a) niepełne uregulowanie trybu i warunków dokonywania zmian umowy oraz warunków jej przedłużenia i rozwiązania,
- b) brak informacji czy gromadzone są dane o lokalizacji telekomunikacyjnego urządzenia końcowego, z którego wykonywane jest połączenie,
- c) brak informacji o wszelkich ograniczeniach w dostępie lub korzystaniu z usług i aplikacji,
- d) brak informacji odnośnie zasad umieszczenia danych abonenta w spisie abonentów w przypadku umowy dotyczącej świadczenia usług głosowych (dowód: karty nr 136-146).

D. odnośnie Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dot. Usług Internetowych:

- a) niepełne uregulowanie trybu i warunków dokonywania zmian umowy oraz warunków jej przedłużenia i rozwiązania,
- b) brak danych dotyczących minimalnych poziomów jakości świadczonych usług (dowód: karty nr 126-135).

Równocześnie ustalono, że w dn. 5 sierpnia 2014 r. odbyła się kontrola Prezesa UKE, której przedmiotem było sprawdzenie czy przedsiębiorca wykonał zalecenia pokontrolne z dn. 2 grudnia 2013 r. Pierwotną kontrolę przeprowadzono w dniach 25 i 26 listopada 2013 r., w trakcie której Prezes UKE stwierdził nieprawidłowości dotyczące art. 56 i 57 Pt. Przedstawiony przez przedsiębiorcę protokół kontroli dotyczący sprawdzenia wykonania zaleceń pokontrolnych wskazuje, iż przedsiębiorca zrealizował wydane przez Prezesa UKE zalecenia pokontrolne (dowód: karty nr 153-154).

Ponadto ustalono, że w 2013 r. przedsiębiorca osiągnął przychód z tytułu pozarolniczej działalności gospodarczej w wysokości [...]. Osiągnięty w 2013 r. przychód przedsiębiorcy

ustalono na podstawie zeznania PIT-36L o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) w roku podatkowym 2013 r. (dowód: karty nr 148-149).

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. Objęte zarzutem działanie przedsiębiorcy wymierzone jest w szeroki i bliżej nieokreślony krąg uczestników rynku, ponieważ jest 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 (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 101 – zwanej dalej także „k.p.c.”); 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 (tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 121 – zwanej dalej także „k.c.”) 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 usdg, 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 na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (dowód: karta nr 141). Zachowania niniejszego podmiotu podlegają zatem bez wątpienia kontroli dokonywanej na podstawie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, że Marcin Janos **jest przedsiębiorcą** w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i 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 oddziaływać obecnie na zbiorowe interesy konsumentów w zakresie zarzutów opisanych w punkcie I. i II. sentencji niniejszej decyzji, co powoduje, że spełnienie rozważanej przesłanki zostało w przedmiotowej sprawie spełnione. Oceniane zachowania przedsiębiorcy dotyczą szerokiego kręgu najszabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. Dotyczą one wszystkich tych osób, które zawarły z przedsiębiorcą umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, jak i zagrażają interesom wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, osób zapoznających się z ofertą świadczonych przez przedsiębiorcę usług. Tym samym nie

ulega wątpliwości, że rozważane działania mogą godzić lub mogły 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 przyznają 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 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 samodzielnego 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 każdego z postawionych przedsiębiorcy zarzutów. Zostanie to uczynione oddzielnie dla każdej z praktyk ocenianych w niniejszej decyzji.

Ad I. W punkcie I. sentencji niniejszej decyzji zarzucono przedsiębiorcy stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 4 ust. 1 upnpr poprzez stosowanie mechanizmu automatycznego przedłużania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych

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.

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).

zawartych na czas oznaczony na kolejny czas oznaczony, w sytuacji braku aktywnego działania ze strony konsumenta. Art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 *expressis verbis* stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności zaś nieuczciwe praktyki rynkowe. W celu wykazania, że poniżej opisane działania przedsiębiorcy stanowiły nieuczciwe praktyki rynkowe konieczne jest rozważenie przez Prezesa Urzędu, czy działania przedsiębiorcy w zakresie stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych mogły wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd i tym samym mogły powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

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 pkt I. sentencji decyzji, w istotny sposób zniekształcają lub mogą zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy, 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 fizyczna czy umysłowa.

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 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. 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

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.

ocenić jako prawo do posiadania realnej możliwości zakończenia istnienia łączącego strony stosunku prawnego bez konieczności wykonywania dodatkowych obowiązków nałożonych jednostronnie przez przedsiębiorcę (silniejszą stronę stosunku prawnego), których treść na etapie zawierania umowy nie mogła być kwestionowana przez konsumenta (słabszą stronę stosunku prawnego).

Przez praktykę rynkową rozumie się zgodnie z art. 2 pkt 4 ww. ustawy – działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio lub pośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

W § 4 ust. 2 i 3 Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usługi Telewizyjnej z SGT, § 4 ust. 2 i 3 Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usługi Telewizyjnej z ID, § 4 ust. 2 i 3 Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usług Internetowych oraz odpowiednio w punktach 6 i 7 Regulaminu Promocji „Multi Paczka”, „Multi Paczka HD” znajdują się postanowienia o następującej treści:

„2. Umowa zawarta na czas określony ulega przedłużeniu, zgodnie z warunkami przewidzianymi dla danej Usługi zamawianej na czas określony w Załącznikach doręczonych Abonentowi przy zawarciu Umowy, na kolejny taki sam czas określony liczony od dnia po dniu upływu poprzedniego okresu obowiązywania Umowy zawartej na czas określony, o ile Uczestnik Promocji lub Operator nie złoży na piśmie przeciwnego oświadczenia woli w terminie 3 miesięcy przed upływem terminu obowiązywania Umowy na czas określony. W przypadku przedłużenia Umowy na czas określony zasadę określoną w ust. 3 niniejszego paragrafu stosuje się odpowiednio.

3. Umowa zawarta na czas określony może ulec przedłużeniu na czas nieokreślony albo nie ulega przedłużeniu, o ile Abonent lub Operator złoży stosowne oświadczenie woli w terminie 3 miesięcy przed upływem terminu obowiązywania tej Umowy. Z chwilą przedłużenia Umowy na czas nieokreślony Abonent będzie zobowiązany do uiszczania Opłat Abonamentowych w wysokości określonej w aktualnie obowiązującym Cenniku danych Usług”.

W ocenie Prezesa Urzędu stosowanie w dokumentach sprzedażowych umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych ww. postanowień jest przejawem stosowania przez przedsiębiorcę nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w powołanym już art. 4 ust. 1 upnpr. Celem wykazania, że powyższe działanie przedsiębiorcy stanowi nieuczciwą praktykę rynkową konieczne jest również wykazanie, że niniejsza praktyka rynkowa sprzeczna jest z dobrymi obyczajami (art. 4 ww. ustawy). W związku z powyższym, zasadne jest dokonanie oceny przesłanki nieuczciwości w kontekście naruszenia dobrych obyczajów oraz możliwości zniekształcenia w sposób istotny zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta (o czym niżej) po zawarciu umowy. 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 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.

Dokonując oceny stosowanego przez przedsiębiorcę mechanizmu należy wskazać, że nakłada on na konsumenta obowiązek zdeklarowania się, co do kontynuowania zawartej

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

umowy, powodując tym samym, związanie konsumenta dotychczasową ofertą operatora na dalszy czas oznaczony – będący znacznym okresem czasu. Należy dodać, że pomimo zawarcia umowy na czas określony, która ze swej istoty expiruje po upływie przewidzianego nią terminu, wymaga się od konsumenta podjęcia dalszych działań, tj. złożenia dodatkowego oświadczenia, celem uniknięcia związania go z przedsiębiorcą kolejną umową na tych samych warunkach. Taka regulacja, w ocenie Prezesa Urzędu może być uznana za sprzeczną z dobrymi obyczajami, nakładając na konsumenta dodatkowe obowiązki, uzależniające wygaśnięcie umowy od konieczności podjęcia przez niego dodatkowych działań i przewidując jednocześnie, iż przy jakimkolwiek braku działań po stronie operatora i braku owych dodatkowych czynności zastrzeżonych dla konsumenta, umowa podlega przedłużeniu na dalszy czas oznaczony, wiążąc tego ostatniego dotychczasową ofertą.

Przedmiotowy mechanizm, wykorzystując silniejszą pozycję operatora, wprowadza nierówność stron w zakresie ich praw i obowiązków, związanych z wygaśnięciem umowy, faworyzując przedsiębiorcę bez uzasadnionej przyczyny, stwarzając przy tym określone niedogodności (konieczność złożenia dodatkowego oświadczenia w określonym terminie), mogące rodzić na przyszłość niekorzystne dla niego skutki (dalsze związanie umową przy niezmiennym cenie usługi). Ponadto przedmiotowy mechanizm pozbawia konsumentów możliwości wyboru i skorzystania z oferty innego podmiotu – w okresie dwóch lat od automatycznego przedłużenia się umowy – bez narażenia się na sankcje w postaci zwrotu przyznanej przez operatora ulgi. W takim przypadku konsument zostaje pozbawiony możliwości skorzystania z oferty innego operatora, który w tym czasie mógłby zaproponować mu znacznie lepsze, od dotychczasowych warunki, i to tak, w zakresie prędkości przesyłu danych, jak i ceny świadczonych usług. Tego rodzaju skutek, przy rozwijającym się niezwykle szybko rynku usług świadczonych przez przedsiębiorcę i stale malejących cenach za tego rodzaju usługi uzasadnia twierdzenie, iż powyższe nie tylko nakłada na konsumenta niczym nieuzasadnione obowiązki, powodujące konkretne uciążliwości, lecz również jest niekorzystne dla niego z ekonomicznego punktu widzenia, powodując, iż przy braku odpowiedniego oświadczenia, wiąże się on z przedsiębiorcą, na dalszy znaczny okres czasu (wynoszący nawet 24 miesiące), umową na dotychczasowych warunkach, pomimo możliwości uzyskania w tym czasie i skorzystania z lepszej oferty, zarówno w zakresie jakości świadczonych mu usług, jak i ceny należnej za tego rodzaju usługi, które mógłby uzyskać u innego operatora. Biorąc pod uwagę czas takiego związania dotychczasową umową, na kolejny okres oznaczony, zsumowana wartość należności za poszczególne okresy rozliczeniowe, może być znacznie wyższa aniżeli wartość proponowana w tym samym okresie przez innych operatorów. Powszechnie wiadomym jest bowiem, iż oferta operatorów świadczących tego typu usługi, i to zarówno na lokalnym, jak i ogólnopolskim rynku, w związku z jego dużą dynamiką, zmienia się przynajmniej raz na kwartał, zaś w zasadzie każdy z operatorów przygotowuje i świadczy również, w ww. okresach, szczególne usługi promocyjne, związane z okresem świąt czy nawet zmianą pór roku.

W ocenie Prezesa Urzędu obarczanie konsumenta konsekwencjami pilnowania terminów i wymuszanie na nim czynnego zachowania się w celu przeciwdziałania automatyzmowi przedłużenia umowy na taki sam czas oznaczony, jest sprzeczne z dobrymi obyczajami. Skoro przedsiębiorcy zależy na utrzymaniu kontrahenta to czynności przedłużające ich wzajemną relację powinny spoczywać na przedsiębiorcy. To przedsiębiorca powinien sygnalizować konsumentowi upływ terminu umowy i zachęcać do jej przedłużenia na kolejny czas określony. Możliwość przedłużenia umowy o kolejny czas oznaczony powinna być alternatywą świadomie wybieraną przez konsumenta poprzez złożenie odpowiedniego oświadczenia woli. Konsument, powinien mieć możliwość otrzymania od przedsiębiorcy propozycji przedłużenia umowy na kolejny czas określony oraz cennika opłat, w formie oferty, która może zostać przez konsumenta przyjęta albo odrzucona, zaś w przypadku przyjęcia – powinno dojść do podpisania przedłużenia umowy. W wyniku stosowanego przez

przedsiębiorcę mechanizmu konsument nie ma możliwości zapoznania się z ofertą przedsiębiorcy i podjęcia świadomej decyzji o kontynuowaniu umowy.

Zgodnie z k.c. przedłużenie umowy może nastąpić przez złożenie oświadczenia woli. Nie ulega wątpliwości, że chodzi tu o zachowania ludzkie, bo tylko takie można uznać za oświadczenia woli, jeżeli wyrażają one wolę wywołania określonych skutków prawnych⁸. Milczenie nie uzewnętrznia woli w żaden sposób, a zatem nie można przyjąć, że milczenie konsumenta w kwestii przedłużenia umowy można uznać za wolę jej kontynuowania. Tym bardziej, że zapisów regulujących podważany mechanizm konsument może po kilku miesiącach od zawarcia umowy już nie pamiętać, co dodatkowo potęguje fakt, że na rynku usług telekomunikacyjnych istnieje powszechna praktyka, która w sytuacji braku złożenia oświadczenia woli o kontynuowaniu umowy, powoduje przedłużenie umowy na czas nieokreślony. Praktyka taka nie jest uznawana za niedozwoloną z racji tego, że rozwiązanie umowy zawartej na czas nieokreślony nie pociąga za sobą konieczności uiszczania dodatkowych opłat przez konsumenta. Konsument mając świadomość istnienia takiej praktyki, nie sięga do treści regulaminu, bo będąc przekonany, że go taki mechanizm (przedłużania umowy na czas nieokreślony) również dotyczy, nie składa żadnego oświadczenia woli o wypowiedzeniu umowy. Konsument pozostaje w przekonaniu, że może to zrobić w każdym momencie po upływie terminu na jaki pierwotna umowa została zawarta bez ponoszenia konsekwencji finansowych.

Ponadto art. 56 ust. 4a Pt stanowi, że w przypadku konsumenta początkowy okres obowiązywania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, zawieranej z danym dostawcą usług na czas określony nie może być dłuższy niż 24 miesiące. W ocenie Prezesa Urzędu wprowadzony przez przedsiębiorcę mechanizm może de facto prowadzić do obejścia przepisów określających maksymalny okres obowiązywania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. W sytuacji, w której konsument nie podejmuje działań mających na celu zakończenie wiążącego strony stosunku prawnego, jego umowa może trwać nawet 48 miesięcy i dopiero po tym okresie umowa ta może zostać przedłużona na czas nieokreślony. W tym też zakresie, zamieszczenie w umowach o świadczenie usług telekomunikacyjnych uprawnienia konsumenta do złożenia na piśmie przeciwnego oświadczenia, tj. oświadczenia o braku woli przedłużenia umowy o kolejny czas oznaczony, nie wpływa na możliwość postawienia zarzutu stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej. W przedmiotowej sytuacji to konsument zobowiązany jest bowiem pamiętać o upływie terminów oraz pilnować, by złożone w odpowiednim czasie oświadczenie doprowadziło do rozwiązania umowy, która będąc ze swej istoty umową terminową, powinna rozwiązać się w czasie oznaczonym lub przekształcić się w umowę na czas nieokreślony, co zapewniłoby ciągłość usługi a nie obciążałoby konsumenta kosztami w razie wypowiedzenia takiej umowy. Należy podkreślić, iż w sytuacji, w której konsument będzie chciał rozwiązać taką automatycznie przedłużoną umowę, a zostanie poinformowany przez przedsiębiorcę o kosztach takiej decyzji, może zrezygnować z wypowiedzenia umowy. W rezultacie automatyzm przedłużenia umowy na kolejny czas oznaczony (i dalej o kolejne okresy) skutkuje przymusem realizacji takiej umowy, ponieważ konsument, mając do wyboru zwrot ulgi przyznanej przez operatora za cały okres pozostały do końca obowiązywania przedłużonej umowy, nie rozwiąże jej właśnie ze względów finansowych. Gdyby zdecydował się rozwiązać umowę, musiałby ponieść z tego tytułu wymierne koszty finansowe. Stan, w którym to konsument ponosi ryzyko i ciężar uwolnienia się od umowy, która ze swej istoty powinna była rozwiązać się w określonym terminie, należy ocenić jako naruszającą dobre obyczaje i mogącą zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy. Stwierdzono zatem, że

⁸ Z. Radwański, Teorie oświadczenia woli w świetle najnowszych zjawisk społecznych – komunikacji elektronicznej i ochrony konsumentów (w:) Prawo prywatne czasu przemian. Księga pamiątkowa dedykowana Profesorowi Stanisławowi Sołtyśkiemu, pod red. A. Nowickiej, Poznań 2005, s. 254.

przedsiębiorca stosuje nieuczciwą praktykę, a zatem, że jego działania mają **charakter bezprawny**.

Zachowanie przedsiębiorcy **godzi w interesy konsumentów**, gdyż wskutek stosowania zakwestionowanego mechanizmu doszło lub mogło dojść do pogorszenia sytuacji prawnej konsumentów oraz naruszone mogły zostać ich interesy ekonomiczne. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczy zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona jest we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli lub mogą z nim zawrzeć umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawierającą kwestionowany mechanizm. Bezprawne działanie przedsiębiorcy nie dotyczy bowiem interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami szerokiego kręgu usługobiorców, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy potencjalnych kontrahentów operatora.

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 wykonywania zawartych z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w zakresie zastosowania mechanizmu automatycznego przedłużania umów, co w konsekwencji mogło skutkować naruszeniem ich interesów ekonomicznych, w szczególności w przypadku rozwiązania takiej automatycznie przedłużonej umowy na czas określony poprzez obowiązek zwrotu przyznanej przez operatora ulgi obejmującej kolejny czasokres zawartej umowy. W rezultacie konsument, którego umowa została automatycznie przedłużona na taki sam czas określony jest obowiązany uiścić na rzecz operatora wysokość przyznanej w danym wariancie abonamentu ulgi, niezależnie od tego czy rozwiązanie umowy na wniosek konsumenta nastąpi w pierwszym miesiącu obowiązywania takiej przedłużonej umowy czy kilka miesięcy przed jej zakończeniem. W zależności od terminu rozwiązania lub wypowiedzenia takiej umowy konieczność zwrotu przyznanej ulgi podlega wyłącznie proporcjonalnemu obniżeniu.

Stosownie do art. 26 ust. 1 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy. W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji.

Ad II. W punkcie II. sentencji niniejszej decyzji opisane zostały praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na niedopełnianiu przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych na etapie zawierania kontraktu.

1. w zakresie Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usługi Telewizyjnej z SGT, Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usługi Telewizyjnej z ID oraz Umowy Abonenckiej o

świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usług Internetowych, regulujących prawa i obowiązki stron umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, poprzez:

- a. niepełne uregulowanie trybu i warunków dokonywania zmian umowy oraz warunków jej przedłużenia i rozwiązania,
- b. brak danych dotyczących minimalnych poziomów jakości świadczonych usług,

co jest niezgodne z art. 56 ust. 3 pkt 9 i 12 Pt, a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

2. w zakresie Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usługi Telefonicznej, regulującej prawa i obowiązki stron umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, poprzez:

- a. niepełne uregulowanie trybu i warunków dokonywania zmian umowy oraz warunków jej przedłużenia i rozwiązania,
- b. brak informacji czy gromadzone są dane o lokalizacji telekomunikacyjnego urządzenia końcowego, z którego wykonywane jest połączenie,
- c. brak informacji o wszelkich ograniczeniach w dostępie lub korzystaniu z usług i aplikacji,
- d. brak informacji odnośnie zasad umieszczenia danych abonenta w spisie abonentów w przypadku umowy dotyczącej świadczenia usług głosowych

co jest niezgodne z art. 56 ust. 3 pkt 9, 11 ppkt b i d oraz pkt 19 Pt, a poprzez to stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 56 Pt świadczenie usług telekomunikacyjnych odbywa się na podstawie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (ust. 1), zawieranej w formie pisemnej lub elektronicznej za pomocą formularza udostępnionego na stronie internetowej dostawcy usług (ust. 2). Umowa o świadczenie publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, wymagająca formy pisemnej lub elektronicznej, powinna, w jasnej, zrozumiałej i łatwo dostępnej formie określać w szczególności niżej wymienione elementy (ust. 3). Należy we wstępie jeszcze wskazać, iż zgodnie z art. 56 ust. 5 dane, o których mowa w ust. 3 pkt 6-8 i 10-21, na podstawie wyraźnego postanowienia umowy, mogą być zawarte w regulaminie świadczenia publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych. W sytuacji, w której dane te zostały już zawarte w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych za zbędne uznano badanie czy dane te znajdują się w regulaminie świadczenia usług telekomunikacyjnych.

Prawo telekomunikacyjne w art. 56 ust. 3 określa minimalny zakres informacji, jakie każdy przedsiębiorca telekomunikacyjny świadczący usługi konsumentom powinien umieścić w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub w regulaminie świadczenia usług telekomunikacyjnych. Stosownie do powołanego unormowania umowa o świadczenie publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych powinna m.in. określać tryb i warunki dokonywania zmian umowy oraz warunki jej przedłużenia i rozwiązywania (art. 56 ust. 3 pkt 9 Pt). W Umowie Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usługi Telewizyjnej z SGT, Umowie Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usługi Telewizyjnej z ID, Umowie Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usług Internetowych oraz w Umowie Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usługi Telefonicznej przedsiębiorca częściowo uregulował to zagadnienie. Jednak wyłącznie w Regulaminie Świadczenia Usług Telekomunikacyjnych przez P.H.U. MMJ (§ 8 ust. 14) uregulował warunki rozwiązania umowy w przypadku zaistnienia ważnych przyczyn lub zaistnienia siły wyższej uniemożliwiającej dalsze świadczenie usług. Artykuł 56 ust. 5 nie przewiduje jednak aby dane, o których mowa w art. 56 ust. 3 pkt 9, zostały zawarte w regulaminie świadczenia usług telekomunikacyjnych. Ustawodawca w sposób jednoznaczny rozstrzygnął, iż dane dotyczące

m.in. rozwiązania umowy wprost znalazły się w jej treści – co nie wyklucza to oczywiście umieszczenia tych danych dodatkowo w regulaminie świadczenia usług

W ww. umowach o świadczenie usług telekomunikacyjnych zabrakło również postanowień odnoszących się do minimalnych poziomów jakości świadczonych usług (art. 56 ust. 3 pkt 12 Pt). W poszczególnych umowach (oraz ich załącznikach) uregulowano wyłącznie jej maksymalny poziom. Jakość to jeden z kluczowych czynników rynku konkurencyjnego, dzięki któremu konsumenci są w stanie rozpoznać na rynku atrakcyjne oferty. W związku z tym konsument powinien być w stanie porównać oferty przedsiębiorców świadczących usługi telekomunikacyjne również pod kątem ich minimalnie osiągniętych poziomów – dotyczących między innymi prędkości transmisji danych etc. Brak tego typu informacji prowadzi do deficytu informacyjnego, w konsekwencji którego racjonalny wybór najkorzystniejszej oferty jest zaburzony. Ponadto brak określenia minimalnych poziomów świadczonych przez operatora usług może również negatywnie wpływać na określenie zasad jego ewentualnej odpowiedzialności z tytułu nienależytego wykonania umowy. Przedmiotowa informacja może niewątpliwie stanowić punkt odniesienia na etapie formułowania przez konsumenta ewentualnych roszczeń dotyczących jakości świadczonej usługi. Brak tego typu informacji może zaś utrudniać lub nawet uniemożliwiać skuteczne dochodzenie odszkodowania dotyczącego wykonywanej umowy.

W zakresie Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usługi Telefonicznej przedsiębiorca dodatkowo pominął informacje o tym czy gromadzone są dane o lokalizacji telekomunikacyjnego urządzenia końcowego, z którego wykonywane jest połączenie (art. 56 ust. 3 pkt 11 ppkt b) oraz o wszelkich ograniczeniach w dostępie lub korzystaniu z usług i aplikacji (art. 56 ust. 3 pkt 11 ppkt d). Dane dotyczące lokalizacji oznaczają wszelkie dane przetwarzane w sieci łączności elektronicznej lub w ramach usług łączności elektronicznej, wskazujące położenie geograficzne urządzenia użytkownika końcowego publicznie dostępnych usług łączności elektronicznej. Ponadto dane o lokalizacji mogą się odnosić do szerokości, długości i wysokości terminala użytkownika, kierunku przekazu, poziomu dokładności informacji dla danej lokalizacji, identyfikacji komórki sieciowej, w której znajduje się terminal w danym momencie i do czasu, w którym informacja dla danej lokalizacji została zapisana. Zgodnie z art. 166 ust. 1 pkt 1 i 2 Pt w celu wykorzystania danych o lokalizacji dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych jest obowiązany uzyskać zgodę abonenta lub użytkownika końcowego na przetwarzanie danych o lokalizacji jego dotyczących, która, z zastrzeżeniem art. 174, może być wycofana okresowo lub w związku z konkretnym połączeniem, lub dokonać anonimizacji tych danych. Ponadto, zgodnie z art. 166 ust. 2 Pt dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych jest obowiązany poinformować abonenta lub użytkownika końcowego przed uzyskaniem jego zgody o rodzaju danych o lokalizacji, które będą przetwarzane, o celach i okresie ich przetwarzania oraz o tym, czy dane zostaną przekazane innemu podmiotowi dla celów świadczenia usługi tworzącej wartość wzbogaconą. Równocześnie przepis pkt 11 lit. d należy rozumieć w taki sposób, że obowiązek wskazania ograniczeń w dostępie lub korzystaniu z usług i aplikacji może polegać na wskazaniu ograniczeń możliwości technicznych urządzeń bądź zasięgu sieci danego dostawcy usług. Brak tego typu informacji, w sytuacji w której udostępniane przez przedsiębiorcę urządzenia bądź deklarowany zasięg sieci jest ograniczony może negatywnie wpływać na jakość odbieranej przez konsumenta usługi. Ewentualne niedogodności z tym związane – dotyczące usług i aplikacji – powinny być bezwzględnie wyartykułowane przynajmniej w regulaminie świadczenia usług. Jeśli zaś żadne ograniczenia świadczonej usługi nie są przewidziane przez operatora to również i taka informacja powinna być zawarta w zawieranych przez usługodawców umowach.

W odniesieniu do umów zawieranych w oparciu o treść Umowy Abonenckiej o świadczenie usług telekomunikacyjnych dotyczącej Usługi Telefonicznej przedsiębiorca

pomija również informacje dotyczące zasad umieszczenia danych abonenta w spisie abonentów w przypadku umowy dotyczącej świadczenia usług głosowych (art. 56 ust. 3 pkt 19). Konsumenci powinni być informowani o prawach, które przysługują im w związku z wykorzystaniem ich danych osobowych w spisach abonentów, a w szczególności o celu lub celach tych spisów, a także o ich prawie, aby – nieodpłatnie – nie być umieszczanym w publicznym spisie abonentów. Obowiązek informowania abonentów o zasadach umieszczenia danych abonenta w spisie abonentów, w których mają być umieszczone ich dane osobowe został nałożony na stronę zbierającą dane w celu takiego umieszczenia. Każde przekazanie danych powinno mieć miejsce tylko pod warunkiem że dane nie zostaną wykorzystane do celów innych niż cele, dla których zostały zebrane – tj. umieszczenia ich w spisie abonentów. Jeżeli strona zbierająca dane od abonenta zamierza wykorzystać dane w innym celu, ponowna zgoda abonenta musi być uzyskana przez stronę zbierającą dane, której dane zostały przekazane. Umieszczenie danych w spisie jest przywilejem konsumenta, z którego może on skorzystać lub nie. Nie do zaakceptowania są sytuacje pominięcia oświadczenia woli o wyrażeniu zgody abonenta na umieszczenie jego danych abonenta w spisie. Zgodnie bowiem z art. 169 ust. 3 Pt zamieszczenie w spisie danych identyfikujących abonenta będącego osobą fizyczną może nastąpić wyłącznie po uprzednim wyrażeniu przez niego zgody na dokonanie tych czynności. W tym też zakresie niebywale istotne jest uregulowanie zasad na jakich takie zamieszczenie się odbędzie.

Każdy przedsiębiorca telekomunikacyjny świadczący usługi telekomunikacyjne zobowiązany jest udostępnić konsumentom minimalny zakres informacji określony w powołanym wyżej przepisie art. 56 ust. 3 Pt. Ponadto każdy przedsiębiorca w zakresie prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej zgodnie z art. 355 § 2 k.c. zobowiązany jest do należytej staranności, a przedsiębiorca telekomunikacyjny szczególnie do działań zgodnych z Pt, określającym m.in. prawa i obowiązki przedsiębiorców telekomunikacyjnych. Z dokumentów zgromadzonych w toku postępowania wynika jednak, że przedsiębiorca nie wykonuje tego obowiązku.

Umowy zawierane z konsumentami nie zawierają informacji określonych w art. 56 ust. 3 pkt 9, 11 ppkt b i d, pkt 12 oraz 19 Pt lub czynią to w sposób niepełny, przez co naruszają zbiorowe interesy konsumentów. Przedsiębiorca zobowiązany do należytej staranności na podstawie przepisów Pt, ma obowiązek informacje takie przedłożyć konsumentom wprost w umowie. Informacje z tego zakresu są istotne i ważne dla konsumenta. W opinii Prezesa Urzędu jednym z podstawowych praw konsumentów jest bezpieczeństwo ekonomiczne i konsumenci powinni mieć zapewnioną możliwość świadomego podejmowania decyzji oraz dokonywania wyboru dóbr i usług, na podstawie rzetelnych, prawdziwych i pełnych informacji. Stwierdzono zatem, że przedsiębiorca narusza nałożone na niego obowiązki informacyjne, o których mowa w art. 56 Pt, a zatem, że jego działania mają **charakter bezprawny**.

W ocenie Prezesa Urzędu zagadnieniem irrelevantnym w przedmiotowej sprawie jest okoliczność, iż zaniechań stwierdzonych w niniejszej decyzji nie dopatrył się w trakcie przeprowadzanej kontroli Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Obecnie obowiązujące przepisy Pt nie regulują wzajemnych powiązań pomiędzy jego przepisami a uregulowaniami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jedynie w art. 1 ust. 3 tej ustawy znalazło się odniesienie, iż jej przepisy nie naruszają przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepisy Pt oraz ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a tym samym odpowiednie organy odpowiedzialne za ich egzekwowanie, zajmują się konkurencją i ochroną konsumentów na rynkach telekomunikacyjnych z innej perspektywy. Stąd też za dopuszczalne należy uznać równoległe stosowania przepisów obu ustaw do tego samego stanu faktycznego. Dlatego też Prezes Urzędu uznał za uzasadnione prowadzenie postępowania w zakresie opisanym w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji.

Przedsiębiorca zobowiązany do należytej staranności na podstawie przepisów Pt ma obowiązek informację takie przedłożyć konsumentom. W świetle przedstawionych faktów stwierdzono, że operator nie dopełnia ciężącego na nim obowiązku informacyjnego przez co **godzi w interesy konsumentów**. Bezprawne działanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w przedmiotowej sprawie przedsiębiorca dopuścił się działań antykonsumenckich dotyczących sfery interesów szerokiego kręgu uczestników rynku. Działania operatora zmierzające do niedoinformowania, wywołania błędnego przekonania konsumenta, wykorzystania jego niewiedzy potocznie określa się jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania – godzą w interesy konsumentów. Wszystkie przekazywane konsumentom informacje powinny być rzetelne, prawdziwe i pełne. W opinii Prezesa Urzędu jednym z podstawowych praw konsumentów jest bezpieczeństwo ekonomiczne i konsumenci powinni mieć zapewnioną możliwość świadomego podejmowania decyzji oraz dokonywania wyboru dóbr i usług, dlatego też w trybie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów podjęto działania w celu zapobieżenia sprzecznym z prawem działaniom operatora, godzącym w prawa nieograniczonej liczby konsumentów. Zakwestionowane zachowanie przedsiębiorcy dotyczy bowiem zbiorowego interesu konsumentów, gdyż skierowane jest do szerokiego ich kręgu. Stosowana praktyka wymierzona jest we wszystkich rzeczywistych odbiorców świadczonych przez przedsiębiorcę usług, jak również we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogą lub mogli z nim zawrzeć umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w ww. wariantach.

Stosownie do art. 26 ust. 1 powołanej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy. W związku z powyższym orzeczono jak w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji.

Ad III. Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może skorzystać z uprawnienia do nałożenia na przedsiębiorcę stosującego praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia umyślnie, czy też nieumyślnie. Okoliczność ta jest jednak czynnikiem relewantnym przy miarkowaniu wysokości nakładanej kary pieniężnej⁹. Stosownie do art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, w tym kar określonych w art. 106 tej ustawy, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Ustalając wysokość kary pieniężnej w decyzjach stwierdzających naruszenie zakazów określonych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, należy zatem uwzględnić wagę tego naruszenia, rozmiar skutków stosowanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, jak również zaistniałe okoliczności obciążające i łagodzące.

Kara nakładana przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Przedsiębiorca, jako profesjonalista powinien wiedzieć, że określając warunki umowne nie może stosować bezprawnych postanowień, ani w żaden inny sposób godzić w interesy konsumentów. Orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania za naruszenie przez niego zbiorowych interesów konsumentów. Poza wymiarem indywidualnym kary należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

W punktach I.-II. sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu stwierdził stosowanie przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o jakich mowa w art. 24

⁹ Kohutek K. w: *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2008 r., s. 1027.

ust. 1 i 2 pkt 3 oraz w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Powyższe daje podstawy do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej określonej w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w 2013 r., który wyniósł [...]. W związku z tym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to kara w wysokości [...].

Ustalenie wymiaru kar pieniężnych w przedmiotowej sprawie ma charakter wieloetapowy, co spowodowane jest zaistnieniem okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiary kar pieniężnych za naruszenia stwierdzone punktach I-II. sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokona oceny wagi stwierdzonych praktyk i na tej podstawie ustali kwotę bazową, stanowiącą podstawę dla dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary – dokona gradacji ustalonej kwoty bazowej.

1. Pierwsza z kar jest wymierzana z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji polegającego na stosowaniu mechanizmu automatycznego przedłużania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych na czas oznaczony na kolejny czas oznaczony, w sytuacji braku aktywnego działania ze strony konsumenta, co należy uznać za przejaw stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w 4 ust. 1 upnpr, co stanowi naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prezes Urzędu uwzględnił, iż w niniejszym przypadku zakwestionowana praktyka ujawnia się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutuje lub też może rzutować na etap jego wykonywania. Ze względu na specyfikę wprowadzonego przez operatora mechanizmu automatycznego przedłużenia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, wagę tej praktyki określono jako dużą. Ponadto ustalenia dokonane w toku niniejszego postępowania dają podstawy do przyjęcia, iż kwestionowana praktyka stosowana jest w sposób długotrwały, gdyż dokumenty zawierające mechanizm automatycznego przedłużania umów są stosowane przez przedsiębiorcę co najmniej od września 2013 r., tj. od ponad roku. Ponadto w okresie od stycznia 2013 r. do września 2014 r. automatyczne przedłużenie umowy z konsumentami nastąpiło w [...] przypadkach – dla umów pakietowych telewizja + Internet – oraz w [...] przypadkach dla usługi dostępu do sieci Internet. Ponadto liczba aktywnych umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych z konsumentami, w których funkcjonuje mechanizm automatycznego przedłużania umów wynosi [...] umów, z czego ok. [...] to umowy zawierające pakiet telewizja + Internet, a ok. [...] to umowy dostępu do sieci Internet.

Nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu wziął pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślne czy też nieumyślne. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu nakładając karę pieniężną Prezes Urzędu uwzględnił, że przedsiębiorca jako profesjonalista formułując warunki przedłużania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych powinien wykazać się odpowiednią starannością i dbałością tak, aby nie zostały naruszone dobre obyczaje. Przedsiębiorca powinien być świadomy faktu, że zakwestionowane w niniejszej decyzji zachowanie jest niedopuszczalne w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dlatego zdaniem Prezesa Urzędu zachowanie przedsiębiorcy objęte punktem I. sentencji niniejszej decyzji jest efektem niedołożenia przez niego należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego. Całokształt okoliczności sprawy daje podstawę do stwierdzenia, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia opisanego w punkcie I. sentencji decyzji nieumyślne. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, że natura tych naruszeń oraz okoliczności w jakich do nich doszło uzasadniają ustalenie poziomu kwoty bazowej stanowiącej punkt wyjścia dla dalszych obliczeń na poziomie [...] % przychodu, czyli na poziomie **13.696,83 zł**.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. W przedmiotowej sprawie nie wystąpiły jednak żadne okoliczności łagodzące lub też obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary pieniężnej. W związku z powyższym wymiar kary pieniężnej ustalono na poziomie **13 697 zł**.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 13 697 zł, co stanowi [...] % przychodu oraz [...] % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie **III.1.** sentencji niniejszej decyzji.

2. Druga z kar wymierzana jest w związku ze stosowaniem praktyk opisanych powyżej w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji, polegających na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez niepełne uregulowanie trybu i warunków dokonywania zmian umowy oraz warunków jej przedłużenia i rozwiązania, brak danych dotyczących minimalnych poziomów jakości świadczonych usług, brak informacji czy gromadzone są dane o lokalizacji telekomunikacyjnego urządzenia końcowego, z którego wykonywane jest połączenie, brak informacji o wszelkich ograniczeniach w dostępie lub korzystaniu z usług i aplikacji oraz brak informacji odnośnie zasad umieszczenia danych abonenta w spisie abonentów w przypadku umowy dotyczącej świadczenia usług głosowych.

Praktyki wymienione w punktach II.1.-II.2. tej decyzji ujawniają się na etapie zawierania kontraktu, jednakże rzutują lub też mogą rzutować na etap jego wykonywania. Ze względu na specyfikę umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, a także rodzaj pominiętych danych, wagę tej praktyki określono jako umiarkowaną. Miarkując niniejszą karę zwrócono uwagę na to, że rozważane zaniechania nie powodują wyłączenia przysługujących konsumentom uprawnień, czy też nałożenia na nich nowych obowiązków. Wprawdzie powodują one niedoinformowanie konsumentów, jednakże nie niweczą one w definitywny sposób przewidzianych prawem możliwości. Niezależnie od powyższego, ustalenia dokonane w toku niniejszego postępowania dają podstawy do przyjęcia, iż kwestionowana praktyka stosowana jest w sposób długotrwały, gdyż dokumenty zawierające kwestionowany mechanizm są stosowane przez przedsiębiorcę co najmniej od września 2013 r., tj. od ponad roku.

Nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu wziął pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było umyślne czy też nieumyślnie. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu nakładając karę pieniężną Prezes Urzędu uwzględnił, że przedsiębiorca jako profesjonalista zawierając z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych powinien wykazać się odpowiednią starannością i dbałością tak, aby wypełniać wszelkie nałożone obowiązki informacyjne wynikające z powszechnie obowiązujących przepisów prawa. Przedsiębiorca powinien być świadom faktu, że zakwestionowane w niniejszej decyzji zachowanie jest niedopuszczalne w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Dlatego zdaniem Prezesa Urzędu zachowanie przedsiębiorcy objęte punktem II. sentencji niniejszej decyzji jest efektem niedołożenia przez niego należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego. Całokształt okoliczności sprawy daje podstawę do stwierdzenia, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia opisanego w punkcie II.

sentencji decyzji nieумыślnie. Pomimo tego, jak wskazano powyżej, samo stwierdzenie nieумыślności zakwestionowanej praktyki stanowi podstawę do nałożenia kary pieniężnej.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, że natura tych naruszeń oraz okoliczności w jakich do nich doszło uzasadniają ustalenie poziomu kwoty bazowej stanowiącej punkt wyjścia dla dalszych obliczeń na poziomie [...] % przychodu, czyli na poziomie **4.109,05 zł**.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. W przedmiotowej sprawie nie wystąpiły jednak żadne okoliczności łagodzące lub też obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary pieniężnej. W związku z powyższym wymiar kary pieniężnej ustalono na poziomie **4 109 zł**.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 4 109 zł, co stanowi [...] % przychodu oraz [...] % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

W tych okolicznościach należało orzec, jak w punkcie **III.2.** sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiszczyć w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000.

Ad IV. Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

Zgodnie z art. 263 § 1 k.p.a. do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Na podstawie art. 264 § 1 k.p.a. 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.

Postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punktach I.-II. sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania. W związku z powyższym postanowiono obciążyć przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości **23 zł** (słownie: dwudziestu trzech złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 Kodeksu postępowania cywilnego – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie IV. niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479³² § 1 i 2 Kodeksu postępowania cywilnego i art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, można wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH
Maciej Fragsztajn