



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
MAREK NIECHCIAŁ

DDK-61-2/07/ŁW

Warszawa, dn. 29 czerwca 2007 r.

DECYZJA Nr /2007

I. Na podstawie art. 23f ust. 1 w związku z art. 23a ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080 ze zm.), w związku z art. 131 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U Nr 50, poz. 331), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**, po uprawdopodobnieniu w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Telekomunikacji Polskiej S.A. – stosowania przez Telekomunikację Polską S.A. praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, dotyczącej sposobu powiadomienia abonentów o planowanej podwyżce cen usług telekomunikacyjnych, polegającej na zamieszczeniu w ulotce reklamowej „nowości w tp – styczeń 2007”, przesłanej abonentom w styczniu 2007 r. wraz z fakturami VAT za wykonane usługi telekomunikacyjne – informacji o planowanej podwyżce ceny usługi „zawieszenie na życzenie abonenta, świadczenia usług telefonicznych w sieci analogowej”,

nakłada na Telekomunikację Polską S.A. obowiązek wprowadzenia zmian w zakresie formy informacji dotyczących planowanych podwyżek cen usług telekomunikacyjnych, przesyłanych przez Telekomunikację Polską S.A. do abonentów, poprzez przesyłanie informacji o planowanych podwyżkach cen usług telekomunikacyjnych na odrębnej karcie, w jednej kopercie z fakturą, zgodnie ze stanowiskiem Telekomunikacji Polskiej S.A. zawartym w piśmie z dnia 27 marca 2007 r. – nr CWR-ZW-1009/03/07 (karty nr 10 - 11). Treść przedmiotowej informacji będzie zawierać, zgodnie z wymaganiami art. 61 ust. 5 ustawy Prawo telekomunikacyjne z dnia 16 lipca 2004 r. (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 ze zm.) - wysokość nowej ceny usługi, termin jej wprowadzenia, pouczenie o prawie wypowiedzenia umowy przez abonenta w przypadku braku akceptacji podwyższenia cen, oraz informację, że w razie skorzystania z tego prawa Telekomunikacji Polskiej S.A. nie przysługuje roszczenie odszkodowawcze. Sposób przedstawienia informacji, np. wielkość liter, kolor czcionki – będą spełniać kryterium czytelności.

II. Na podstawie art. 23f ust. 3 w związku z art. 23a ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080 ze zm.), w związku z art. 131 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U Nr 50, poz. 331 ze zm.), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**, po uprawdopodobnieniu w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko

Telekomunikacji Polskiej S.A. – stosowania przez Telekomunikację Polską S.A. praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt I sentencji decyzji, **nakłada na Telekomunikację Polską S.A. obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań, o których mowa w pkt I sentencji decyzji, poprzez każdorazowe przedstawianie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów informacji dotyczących planowanych podwyżek cen usług telekomunikacyjnych, przesyłanych do abonentów, na 7 dni przed planowanym terminem wysłania przez Telekomunikację Polską S.A. ww. informacji do abonentów.**

UZASADNIENIE

W dniu 22 stycznia 2007 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej „Prezesem Urzędu” wszczął z urzędu postępowanie w związku z podejrzeniem stosowania przez Telekomunikację Polską S.A., zwanej dalej „Spółką”, „TP S.A.”, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów dotyczącej sposobu powiadomienia abonentów o planowanej podwyżce cen usług telekomunikacyjnych polegającego na zamieszczeniu informacji o planowanej podwyżce ceny usługi „*zawieszenie, na życzenie abonenta, świadczenia usług telefonicznych w sieci analogowej*” w przesłanej abonentom w styczniu 2007 r. wraz z fakturami VAT za wykonane usługi telekomunikacyjne ulotce reklamowej „*nowości w tp – styczeń 2007*”, co mogło pozostawać w sprzeczności z przepisem art. 61 ust. 5 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 ze zm.) oraz przepisem art. 17 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. Nr 173, poz. 1807 ze zm.) i jako godzące w zbiorowe interesy konsumentów mogło stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu przepisu art. 23a ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 ze zm.), zwanej dalej „uokik”.

W toku postępowania Spółka została zobowiązana do przedstawienia stanowiska odnośnie do kwestii będących przedmiotem postępowania. Pismem z dnia 6 lutego 2007 r. (karty nr 5 - 7) TP S.A. przedłożyła wyjaśnienia w przedmiocie sprawy.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił, co następuje:

TP S.A. przesłała abonentom w ulotce reklamowej „*nowości w tp - styczeń 2007*” informację o zamiarze podwyższenia z dniem 1 marca 2007 r. ceny usługi „*zawieszenie, na życzenie abonenta, świadczenia usług telefonicznych w sieci analogowej*” do poziomu 36,60 zł brutto. Informacja o planowanej podwyżce cen została zamieszczona w przesłanej abonentom w styczniu 2007 r. wraz z fakturami VAT za wykonane usługi telekomunikacyjne ulotce reklamowej „*nowości w tp – styczeń 2007*”.

W trakcie postępowania TP S.A. odniosła się do postawionych zarzutów w następujący sposób. Spółka wskazała, że przedmiotowa informacja o podwyżce została wyróżniona podtytułem „informujemy” i zawierała wymagane prawem informacje, tj. odnośnie do podwyższenia ceny usługi, prawa wypowiedzenia umowy przez abonenta

w przypadku braku akceptacji podwyższenia cen oraz informacji, że w razie skorzystania z tego prawa TP S.A. nie przysługuje roszczenie odszkodowawcze. Ponadto, ulotka informacyjno-reklamowa została tak złożona (podwójne złożenie), aby po jej otwarciu informacja o podwyżce przyciągała wzrok. Po prawej stronie ulotki na czerwonej belce wyraźnie widać było biały napis „informujemy”, co zdaniem TP S.A. powinno zwrócić uwagę konsumenta i skłonić do zapoznania się z informacją zamieszczoną poniżej. Spółka, ustalając zakres obowiązku informacyjnego w stosunku do abonenta o podwyższeniu cen usług telekomunikacyjnych, starała się uwzględnić cel przepisu art. 61 ust. 5 prawa telekomunikacyjnego. Cel ten polegał na uprzedzeniu abonenta o zmianie warunków świadczenia usługi, tak by mógł podjąć decyzję, co do dalszego korzystania z usług na zmienionych warunkach. Wskazany przepis przewiduje także, iż informacja musi zostać przekazana abonentowi na piśmie, nie wskazuje jednak konkretnej formy przekazania informacji. W ocenie TP S.A., informacja, zgodnie z wymogami przepisów prawa: została skierowana do wszystkich abonentów Spółki, w formie pisemnej, wyróżniona w tekście ulotki informacyjnej oraz przekazana w jasny i nie budzący wątpliwości sposób. Abonent mógł w prosty i przystępny sposób dowiedzieć się o planowanej zmianie i podjąć decyzję, co do dalszego korzystania z usługi na warunkach uwzględniających tę zmianę.

W związku ze złożonymi wyjaśnieniami TP S.A. zaproponowała przeprowadzenie konsultacji w trybie bezpośredniego spotkania pomiędzy przedstawicielami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów a TP S.A., w celu określenia pożądanej z punktu widzenia Prezesa Urzędu formy informacji dotyczących planowanych podwyżek cen usług telekomunikacyjnych, przesyłanych przez Telekomunikację Polską S.A. do abonentów.

W wyniku przeprowadzonych konsultacji pomiędzy przedstawicielami Spółki oraz Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Telekomunikacja Polska S.A., w piśmie z dnia 27 marca 2007 r. (karty 10 – 11), zobowiązała się do dokonania zmian w zakresie formy informacji dotyczących planowanych podwyżek cen usług telekomunikacyjnych, przesyłanych przez Telekomunikację Polską S.A. do abonentów, poprzez przesyłanie informacji o planowanych podwyżkach cen usług telekomunikacyjnych na odrębnej karcie, w jednej kopercie z fakturą. Treść przedmiotowej informacji będzie zawierać, zgodnie z wymaganiami art. 61 ust. 5 prawa telekomunikacyjnego - wysokość nowej ceny usługi, termin jej wprowadzenia, pouczenie o prawie wypowiedzenia umowy przez abonenta w przypadku braku akceptacji podwyższenia cen, oraz informację, że w razie skorzystania z tego prawa Telekomunikacji Polskiej S.A. nie przysługuje roszczenie odszkodowawcze. Sposób przedstawienia informacji, np. wielkość liter, kolor czcionki – będą spełniać kryterium czytelności.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 23a uokik, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Art. 23a ust. 2 uokik stanowi, że za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów.

Sposób powiadomienia abonentów przez TP S.A. o planowanej podwyżce cen usług telekomunikacyjnych, uzasadniał wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i postawienie Spółce zarzutu naruszenia obowiązków informacyjnych wynikających z przepisu art. 61 ust. 5 prawa telekomunikacyjnego, z uwagi na fakt umieszczenia przedmiotowej informacji w ulotce reklamowej. Prezes Urzędu wskazuje jednocześnie, iż w przedmiotowym postępowaniu zakwestionowana została – w odniesieniu do art. 61 ust. 5 prawa telekomunikacyjnego – jedynie forma informacji dotyczącej planowanych podwyżek cen usług telekomunikacyjnych, a nie zawartość przedmiotowej informacji.

Zgodnie z art. 61 ust. 5 prawa telekomunikacyjnego, w razie podwyższenia cen usług telekomunikacyjnych dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych jest obowiązany, z wyprzedzeniem co najmniej jednego okresu rozliczeniowego, do powiadomienia o tym abonentów na piśmie.

W ocenie Prezesa Urzędu, przepis art. 61 ust. 5 prawa telekomunikacyjnego zakłada nie tylko formalne powiadomienie abonentów na piśmie o planowanej podwyżce cen usług telekomunikacyjnych, czyli przesłanie pisemnego komunikatu. Przedmiotowy przepis wyznacza także cel polegający na skutecznym poinformowaniu abonentów o planowanej podwyżce, który to cel ma być realizowany poprzez wysłanie zawiadomienia/komunikatu o odpowiedniej treści, zawierającego informacje, o których mowa w ust. 5 i 6 art. 61 prawa telekomunikacyjnego; nie jest natomiast uzasadnione zamieszczenie informacji tej treści w ulotce reklamowej, która realizuje odmienne cele handlowe. Celem tego przepisu jest więc zapewnienie możliwości skutecznego zapoznania się przez abonenta z treścią informacji o planowanej podwyżce cen za usługi telekomunikacyjne. Celem ww. przepisu jest również zapewnienie abonentom otrzymania wyraźnie określonej (wyraźnie wyodrębnionej) informacji, oznaczonej w sposób jasny i niewprowadzający w błąd jako informacja o planowanej podwyżce cen usług telekomunikacyjnych.

Zamieszczenie informacji o podwyżce cen usług telekomunikacyjnych w ulotce reklamowej „*nowości w tp – styczeń 2007*” mogło nie spełniać celu przepisu art. 61 ust. 5 prawa telekomunikacyjnego polegającego na zapewnieniu możliwości skutecznego zapoznania się przez abonenta z treścią informacji o planowanej podwyżce cen za usługi telekomunikacyjne. Ponadto, sposób zamieszczenia przedmiotowego komunikatu w ulotce reklamowej budził wątpliwości odnośnie do wymogu zapewnienia abonentom otrzymania wyraźnie określonej i oznaczonej w sposób jasny i niewprowadzający w błąd informacji o planowanej podwyżce cen danej usługi telekomunikacyjnej.

Informacja o planowanej podwyżce została bowiem zamieszczona na jednej z kart ulotki reklamowej zatytułowanej jako „*przełomowa obniżka cen rozmów z domowego na komórkę*”. Tytuł ten został – w stosunku do pozostałych informacji znajdujących się na przedmiotowej karcie ulotki reklamowej, w tym także do znajdujących się na tej karcie informacji o planowanym podwyższeniu ceny usługi „*zawieszenie, na życzenie abonenta, świadczenia usług telefonicznych w sieci analogowej*” – wydrukowany większą czcionką oraz dodatkowo pogrubiony. Informacja o planowanej podwyżce ceny usługi telekomunikacyjnej, zajmując około jedną trzecią powierzchni karty ulotki reklamowej, nie została tak wyraźnie i jednoznacznie oznaczona. Użycie jedynie tytułu „*informujemy*” na czerwonym tle, bez wyraźnego powiększenia i pogrubienia przedmiotowego tytułu oraz bez doprecyzowania, iż

chodzi o informację o podwyżce ceny usługi telekomunikacyjnej, mogło wprowadzać w błąd konsumentów odnośnie do treści przedmiotowego komunikatu.

Taki sposób poinformowania abonentów o planowanej podwyżce cen usług telekomunikacyjnych mógł również uzasadniać postawienie TP S.A. zarzutu braku poszanowania dobrych obyczajów (przepis art. 17 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej), poprzez podjęcie działań jedynie pozornie zapewniających poinformowanie abonentów o planowanej podwyżce cen usług telekomunikacyjnych.

Mając na uwadze zobowiązanie się Spółki do dokonania zmian w zakresie formy informacji dotyczących planowanych podwyżek cen usług telekomunikacyjnych, przesyłanych przez TP S.A. do abonentów, Prezes Urzędu uznał, iż w przedmiotowej sytuacji zastosowanie może znaleźć przepis art. 23f ust. 1 uokik.

Zgodnie bowiem z art. 23f ust. 1 uokik, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione – na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych we wniosku lub będących podstawą wszczęcia postępowania z urzędu – że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 23a uokik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań.

Biorąc pod uwagę powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, iż istnieją przesłanki wystarczające do nałożenia na Spółkę, w drodze decyzji, na podstawie przepisu art. 23f ust. 1 ustawy, obowiązku wykonania przedmiotowych zobowiązań.

Mając na uwadze powyższe, orzeka się jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy w związku z art. 479²⁸ § 1 i § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji stronie przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu, w terminie dwóch tygodni od dnia jej doręczenia.

z up. Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor
Departamentu Polityki Konsumentckiej
Monika Stec

Otrzymuje:

- 1) Telekomunikacja Polska S.A.
ul. Twarda 18
00-105 Warszawa
- 2) a/a