



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

Katowice, dn. 08.12.2011r.

RKT-61-18/11/SB

**DECYZJA Nr RKT-43/2011**

Stosowanie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) i § 2 pkt 4 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko „Canal+ Cyfrowy” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie,

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

**I.** Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** bezprawne działanie przedsiębiorcy polegające na kierowaniu do konsumentów, którzy złożyli oświadczenia o rezygnacji z Umów o Abonament pism o treści: *„Informujemy, że rozwiązanie nastąpi zgodnie z postanowieniami jej Regulaminu. W związku z powyższym, prosimy o jak najszybszy kontakt pod specjalnie przygotowanym dla Państwa numerem telefonu ... od poniedziałku do soboty w godzinach od 10:00 do 21:00. W oczekiwaniu na kontakt, łączę szczerze wyrazy sympatii i szacunku”*, co wprowadzało konsumentów w błąd co do konieczności kontaktu telefonicznego ze Spółką w związku ze złożeniem pisma o rozwiązaniu umowy, przy czym obowiązek taki nie wynikał z postanowień Regulaminu, przez co stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 1 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206)

**i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 31 marca 2010r.**

**II.** Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na „Canal+ Cyfrowy” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie karę pieniężną płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o którym 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 w wysokości **1 806 304 PLN** (słownie: jednego miliona ośmiuset sześciu tysięcy trzystu czterech złotych).

**III.** Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz. U. z 2000r. Nr 98, poz. 1071 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się „Canal+ Cyfrowy” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, kosztami opisanego na wstępie postępowania w

sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie **23 PLN** (słownie: dwudziestu trzech złotych), w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

### Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwanego dalej Prezesem Urzędu z urzędu przeprowadzone zostało postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy w związku z działalnością „Canal+ Cyfrowy” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (zwanej dalej także Spółką lub przedsiębiorcą) występuje naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) – zwanej dalej również uokik.

W dniu 29 czerwca 2011r. postanowieniem nr 1 (dowód: karta nr 2) wszczęte zostało z urzędu postępowanie w związku z podejrzeniem stosowania przez „Canal+ Cyfrowy” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie bezprawnego działania noszącego znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na kierowaniu do konsumentów, którzy złożyli oświadczenia o rezygnacji z Umów o Abonament pism o treści: *„Informujemy, że rozwiązanie nastąpi zgodnie z postanowieniami jej Regulaminu. W związku z powyższym, prosimy o jak najszybszy kontakt pod specjalnie przygotowanym dla Państwa numerem telefonu ... od poniedziałku do soboty w godzinach od 10:00 do 21:00. W oczekiwaniu na kontakt, łączę szczere wyrazy sympatii i szacunku”*, co mogło wprowadzać konsumentów w błąd co do konieczności kontaktu telefonicznego ze Spółką w związku ze złożeniem pisma o rozwiązaniu umowy, przy czym obowiązek taki nie wynikał z postanowień Regulaminu, oraz mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206) – zwanej dalej również u.p.n.p.r., a także godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a poprzez to mogło stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania w sprawie powyższej praktyki Spółka wyjaśniła, co następuje (dowód: karty nr 149-153): Spółka nie zgadza się z dokonaną wykładnią treści przytoczonego we wszczęciu postępowania pisma i tym samym z zasadnością wszczęcia postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Postępowanie to nie powinno być prowadzone z uwagi na brak przesłanek uzasadniających jego wszczęcie i prowadzenie. Biorąc pod uwagę treść przedmiotowego pisma kierowanego przez Spółkę do swoich abonentów podniesiono, iż jakakolwiek wykładnia, w tym wykładnia językowa czy też wykładnia logiczna nie dają podstaw dla twierdzeń i wniosków jakie zostały przedstawione w postanowieniu nr 1 Prezesa Urzędu, a które stały się podstawą do wszczęcia przedmiotowego postępowania. Spółka powołała treść przedmiotowego pisma zwracając uwagę na układ informacji w nim zawartych:

*„Szanowni Państwo,*

*z przykrością przyjmujemy decyzję o rezygnacji z Umowy o Abonament.  
Informujemy, że rozwiązanie nastąpi zgodnie z postanowieniami jej Regulaminu.*

*W związku z powyższym, prosimy o jak najszybszy kontakt pod specjalnie przygotowanym dla Państwa numerem telefonu 22 310 45 46 od poniedziałku do soboty w godz. od 10:00 do 21:00.*

*W oczekiwaniu na kontakt, łączę szczere wyrazy sympatii i szacunku,*”.

Pierwsza wyodrębniona jego część zawiera informację potwierdzającą otrzymanie od abonenta oświadczenia, skutkującego rozwiązaniem Umowy o Abonament – zwanej dalej również umową. Jednocześnie jest w niej zawarta informacja, iż oświadczenie to wywołało już określone skutki prawne w postaci rozwiązania umowy o abonament zgodnie z postanowieniami jej Regulaminu Umowy o Abonament – zwanego dalej również Regulaminem. Pismo takie było wysyłane do danego Abonenta w sytuacji otrzymania od niego pisma z oświadczeniem, którego skutkiem było rozwiązanie/wygaśnięcie umowy. Były to zasadnicze 2 wypadki przewidziane w Regulaminie. Pierwszy przypadek to sytuacja, gdy abonent w trybie art. 6 par. 1 Regulaminu składa oświadczenie o braku kontynuacji umowy po upływie okresu minimalnego. Drugi przypadek to sytuacja, gdy dany abonent, po upływie okresu minimalnego umowy, ma zgodnie z art. 6 par. 1 Regulaminu zawartą umowę na czas nieokreślony i składa wypowiedzenie tej umowy w trybie art. 6 par. 2 Regulaminu.

Do rozwiązania umowy konieczne było więc złożenie wyłącznie stosownego oświadczenia woli ze strony Abonenta. Nie miał on jakiegokolwiek obowiązku wykonywania połączenia telefonicznego na wskazany w przedmiotowym piśmie numer. Wysyłane przez Spółkę pismo o powyższej treści pełniło funkcję informacyjną. Konsument uzyskiwał poprzez to pismo potwierdzenie, iż jego oświadczenie o rozwiązaniu Umowy dotarło do Spółki i nastąpiło ono zgodnie z postanowieniami Regulaminu. To stanowiło działanie prokonsumenckie mające na celu podwyższenie standardu obsługi i poziomu satysfakcji usługobiorcy. Tym samym skoro abonent złożył / wysłał do Spółki takie oświadczenie, to oznacza, iż znał dokładnie postanowienia Regulaminu dotyczące zasad, trybu i terminu rozwiązania umowy oraz jego skutków, tj. rozwiązania umowy, niezależnie od późniejszej korespondencji otrzymanej od Spółki. Są to więc konsumenci dobrze poinformowani, uważni, rozważni, znający swoje prawa oraz konsekwencje swoich czynności prawnych. „Nie można na obecnym etapie rozwoju stosunków gospodarczych i zwiększającej się stale świadomości co do zakresu uprawnień przysługujących konsumentom, przypisywać przeciętnemu konsumentowi braku rozważności co do podejmowanych przez niego decyzji w zakresie dbałości o jego własne interesy. Dla oceny możliwości wprowadzenia konsumenta w błąd należy przyjąć model konsumenta wyedukowanego, rozważnego, krytycznego, świadomego swych praw, co zostało ukształtowane przez orzecznictwo Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości i przejęte do aktów prawnych organów Wspólnoty Europejskiej. (tak też w wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 22 sierpnia 2007 roku, VI ACa 414/2007, Lex Polonica 1975240)”.

Ocenę praktyk rynkowych przedsiębiorców wobec konsumentów należy przeprowadzić z uwzględnieniem sposobu odbioru danej praktyki przez przeciętnego konsumenta. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym definiuje przeciętnego konsumenta, wskazując, że jest on dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa (art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r.). A zatem definicja legalna przeciętnego konsumenta w u.p.n.p.r. wywodzi się z modelu wypracowanego przez orzecznictwo ETS w ciągu wielu lat (tak też w: Baehr Jerzy, Krüger Jarosław, Kwieciński Tomasz, Radwański Marek, Stawicki

Aleksander, Stawicki Edward, Turno Bartosz, Wędrychowska-Karpińska Aleksandra, Wiercińska-Krużewska Agnieszka, Wierciński Andrzej – Komentarz – Lex 2011).

Spółka stwierdziła, iż w niniejszym stanie faktycznym przeciętny Abonent, konsument biorąc pod uwagę treść przedmiotowego pisma, nie mógł nabrać przekonania, iż w związku z rozwiązaniem umowy konieczny był bezpośredni kontakt telefoniczny pod wskazanym w tym piśmie numerem.

W przedmiotowym liście Spółka zwracała się nadto do Abonenta o jak najszybszy kontakt telefoniczny w celu: przekazania w razie jego wątpliwości wszelkich informacji i wyjaśnień związanych z faktem rozwiązania Umowy o Abonament, oraz przedstawienia, o ile sobie będzie tego życzył, nowej, promocyjnej oferty, z której może skorzystać, a tym samym wycofać swoje oświadczenie skutkujące rozwiązaniem umowy i kontynuować ją na nowych, promocyjnych warunkach, a także uzyskania od Abonenta informacji o przyczynach braku zamiaru kontynuowania / wypowiedzenia Umowy; informacje uzyskane tą drogą służą optymalizacji poziomu usług Spółki na rzecz Abonentów, w tym służą do rozwiązania ewentualnych nieporozumień jakie powstały w relacjach z danym Abonentem.

Spółka potwierdziła, iż pismo o treści ocenianej w przedmiotowym postępowaniu zaprzestała wysyłać do Abonentów w marcu 2010r.

Przedsiębiorca dodatkowo wyjaśnił, iż w postanowieniu nr 1, Prezes Urzędu zarzuca nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Klauzula generalna określona w art. 4 ust. 1 tej ustawy, podaje dwie przesłanki, których łączne spełnienie pozwala na zakwalifikowanie praktyki przedsiębiorcy jako nieuczciwej. Ustawodawca założył, że praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z wymogami dobrych obyczajów w obrocie konsumenckim i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta, przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawarcia lub po jej zawarciu. W obszarze tych praktyk mieszczą się m.in. stypizowane działania i zaniechania wprowadzające w błąd, które w niniejszym stanie faktycznym jak już wyżej podniesiono i wykazano, nie miały miejsca.

W przedmiotowym postanowieniu nr 1 Spółce zarzuca się również godzenie w zbiorowe interesy konsumentów, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Klauzula generalna z art. 24 ust. 2 określa trzy przesłanki, których łączne spełnienie pozwala na zakwalifikowanie praktyki przedsiębiorcy jako naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Są to: działanie przedsiębiorcy, noszące znamiona bezprawności, godzące w zbiorowe interesy konsumentów. Dla oceny, czy w danym przypadku występuje praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów, konieczne jest ustalenie, iż działanie przedsiębiorcy jest działaniem bezprawnym oraz narusza zbiorowe interesy konsumenta. Bezprawną praktyką przedsiębiorcy jest działanie jak również zaniechanie, czyli niepodjęcie żadnych działań pomimo istnienia prawnego obowiązku działania. Ponadto bezprawnymi działaniami są nie tylko te działania, które są sprzeczne z prawem, ale również z dobrymi obyczajami oraz zasadami współżycia społecznego, które jako normy postępowania obowiązujące w obrocie gospodarczym winny być przestrzegane tak jak przepisy prawa. Bezprawne praktyki przedsiębiorców muszą być ponadto wymierzone w interesy zbiorowe konsumentów, czyli odnosić się do obecnych, przyszłych i potencjalnych konsumentów, a więc gdy będą naruszać prawa nieograniczonej i bliżej nieokreślonej liczby konsumentów. Wskazano, iż dopiero kumulatywne wystąpienie wszystkich tych przesłanek może powodować uznanie, że wystąpiła niedozwolona praktyka – brak jednego z tych elementów powoduje niemożność zastosowania przepisów uokik.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza uszczerbek interesów konsumentów - poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą zarówno działania jak i zaniechania i może polegać na ich naruszeniu bądź zagrożeniu (tak jak Sąd

Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 2 czerwca 2010r., sygn. akt VI ACa 1323/09, LEX nr 606332).

Biorąc pod uwagę powyższe w opinii Spółki, nie zostały wykazane konieczne i obligatoryjne przesłanki, tj. dopuszczenie się praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów poprzez wprowadzanie w błąd konsumentów, co do konieczności wykonania telefonu do Spółki w celu skutecznego rozwiązania umowy.

W trakcie przeprowadzania niniejszego postępowania zostały złożone oświadczenia dwóch pracowników Spółki związane z pismem kierowanym przez Spółkę do Abonentów, będącym przedmiotem tego postępowania. Dotyczyły one w szczególności: okoliczności odbioru i rozumienia treści ww. pisma, okoliczności w jakim przedmiotowe pismo było wysyłane, okoliczności świadomości i znajomości przez konsumentów przepisów Umowy o Abonament i jej Regulaminu, w tym zapisów dotyczących zasad i trybu jej rozwiązania. W obu złożonych oświadczeniach podane zostały dane osób je składających, tj. stanowiska zajmowane w Spółce oraz zakresy wykonywania obowiązków służbowych.

W pierwszym z oświadczeń wyjaśnione zostało, co następuje (dowód: karty nr 177-179). Intencją ocenianego pisma była dbałość o wysoki standard i poziom obsługi, które dla firmy były zawsze celami nadrzędnymi. Pismo było wysyłane do danego Abonenta w sytuacji otrzymania od niego pisma z oświadczeniem, którego skutkiem było rozwiązanie lub wygaśnięcie Umowy o Abonament. Miało ono typowo informacyjny charakter. W pierwszej kolejności chciano, aby Abonent uzyskiwał pewność poprzez pisemne potwierdzenie, iż jego oświadczenie o rozwiązaniu umowy dotarło do przedsiębiorcy jak również, iż zakończenie / rozwiązanie tej umowy nastąpi zgodnie z postanowieniami Regulaminu tej umowy. Stwierdzone zostało, iż firma dba o relacje z Abonentami, gdyż to oni są dla niej najważniejsi i ich uwagi i zastrzeżenia służą do udoskonalenia świadczonych usług. Dlatego też Spółka zwracała się o jak najszybszy kontakt telefoniczny. Każda informacja na temat powodu rozwiązania umowy przedstawiona w sposób bezpośredni (telefoniczny) pozwala Spółce szybciej wyeliminować słabe strony, usuwać ewentualne nieporozumienia w relacji z abonentami, usuwać przyczyny braku ich satysfakcji z usług Canal+ Cyfrowy Sp. z o.o.

Forma telefoniczna kontaktu pozwala również na przekazanie Abonentowi wszelkich informacji i wyjaśnień związanych z faktem, wygaśnięcia / rozwiązania Umowy o Abonament np. dotyczących zwrotu wynajmowanego sprzętu.

W ramach tej rozmowy przewidziana była możliwość przedstawienia Abonentowi, za jego zgodą, promocyjnej oferty, z której mógł skorzystać, a następnie kontynuować umowę na nowych, promocyjnych warunkach. Abonent, o ile sobie tego życzył miał prawo zapoznać się z ofertą przygotowaną specjalnie dla niego i przemyśleć decyzję o rezygnacji z kontynuowania umowy.

Oświadczone również, iż treść pisma, o którym mowa w niniejszych wyjaśnieniach, nigdy nie skutkowałą wstrzymaniem terminu rozwiązania umowy lub brakiem takiego rozwiązania. Jeżeli Abonent pozostawał przy swojej decyzji, umowa była zawsze rozwiązywana w trybie i terminie przewidzianym w Regulaminie Umowy o Abonament, bez jednego dnia zwłoki.

Składający wyjaśnienia, stwierdził, iż nie są mu znane jakiegokolwiek przypadki w ramach których klient, który złożył już oświadczenie skutkujące rozwiązaniem Umowy o Abonament, poprzez treść przedmiotowego pisma – listu uzyskałby przekonanie, czy nawet wątpliwość, że w związku z jej rozwiązaniem konieczny jest jeszcze telefoniczny kontakt pod wskazanym w tym piśmie numerem telefonu. Nie spotkał się również z jakimikolwiek reklamacjami czy sygnałami, iż taki problem istnieje i jest podnoszony przez zainteresowanych Abonentów, oraz że przedmiotowe pismo jest w taki sposób przez nich rozumiane.

„Według mojej wiedzy przyjęte w Umowie o Abonament zasady jej rozwiązania przez abonentów są jasne, przejrzyste i znane abonentom. Znajduje to swój wyraz z praktyce rozwiązywania tych umów, gdzie abonenci zgodnie z umownymi zasadami składają oświadczenia skutkujące rozwiązaniem umowy. To świadczy o pełnej świadomości abonentów dotyczących ich praw i obowiązków, w tym zasad składania przez nich oświadczeń woli i rozwiązywania zawartych umów o abonament. Tej świadomości i wiedzy nie mogła zmienić i nie zmieniła treść przedmiotowego pisma, co ma odzwierciedlenie we wspomnianym wyżej braku jakichkolwiek reakcji czy sygnałów ze strony zainteresowanych abonentów”.

Zbieżne wyjaśnienia zostały złożone również przez drugiego pracownika Spółki (dowód: karty nr 183-185).

Pismem z dnia 28 października 2011r. (dowód: karta nr 188) przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego.

### **Prezes Urzędu ustalił, co następuje:**

„Canal+ Cyfrowy” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, jest przedsiębiorcą prowadzącym działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego (dowód: karty nr 157-159).

Na podstawie zgromadzonych dokumentów i informacji dokonano następujących ustaleń. Przedsiębiorca wysyłał do konsumentów pisma o treści (dowód: karta nr 89):

*„Szanowni Państwo,*

*z przykrością przyjęliśmy decyzje o rezygnacji z Umowy o Abonament.*

*Informujemy, że rozwiązanie nastąpi zgodnie z postanowieniami jej Regulaminu.*

*W związku z powyższym, prosimy o jak najszybszy kontakt pod specjalnie przygotowanym dla Państwa numerem telefonu ... od poniedziałku do soboty w godzinach od 10:00 do 21:00.*

*W oczekiwaniu na kontakt, łączę szczerze wyrazy sympatii i szacunku”.*

W okresie od października 2009r. do marca 2010r. wysłanych zostało ... sztuk pisma o powyższym brzmieniu (dowód: karty nr 84, 87). Tym samym zostało uznane, iż z dniem 31 marca 2010r. zaniechano wysyłanie przedmiotowego pisma.

Ustalono, iż pisma te kierowane były do Abonentów, którzy złożyli:

- oświadczenia o braku kontynuacji Umowy o Abonament po upływie okresu minimalnego w trybie art. 6 par. 1 Regulaminu Umowy o Abonent,
- wypowiedzenia Umowy o Abonament w trybie art. 6 par. 2 Regulaminu w sytuacji, gdy po upływie okresu Minimalnego umowy mieli zgodnie z art. 6 part. 1 Regulaminu Umowy o Abonent zawartą umowę na czas nieokreślony (dowód: karta nr 87).

Tryb rozwiązania umów określony został w dokumencie pt. „Regulamin umowy o Abonament”. Postanowienia Regulaminu określają działania, jakie powinien przedsięwziąć konsument, który rezygnuje z korzystania z usług świadczonych przez Spółkę. W okresie wysyłania pisma o ocenianej treści obowiązywały dwa Regulaminy. Pierwszy z nich obowiązywał od 1 lipca 2009r. do 11 listopada 2009r. (dowód: karty nr 125-134), kolejny z nich obowiązywał od 12 listopada 2009r. do 4 maja 2010r. (dowód: karty nr 135-148). Oba z powołanych Regulaminów zawierały takie same brzmienia poniższych postanowień.

Art. 6 § 1 ww. Regulaminów stanowiły, iż „Umowę zawiera się na łączny okres będący sumą 12 kolejnych pełnych miesięcy (lub innego okresu wynikającego z oferty promocyjnej) oraz dni, które upłynęły od daty zawarcia Umowy do ostatniego dnia miesiąca, w którym Umowa została zawarta, w przypadku, gdy dzień zawarcia Umowy nie jest pierwszym dniem miesiąca

*kalendarzowego („Okres Minimalny”). W wypadku, gdy w Okresie Minimalnym, na który została zawarta umowa, Abonent nie zawiadomi Operatora CYFRY+ na piśmie, listem poleconym, że nie zamierza kontynuować Umowy, wówczas Umowę zawartą na Okres Minimalny uważa się za zawartą na czas nieokreślony. W wypadku zawiadomienia o powyższym w ostatnim miesiącu Okresu Minimalnego – Umowa ulega rozwiązaniu na koniec miesiąca kalendarzowego następującego po ostatnim miesiącu Okresu Minimalnego”*

*Art. 6 § 2 ww. Regulaminów stanowiły, iż „Po upływie Okresu Minimalnego, Umowę przedłużoną na czas nieokreślony każda ze stron może wypowiedzieć za 3 – miesięcznym okresem wypowiedzenia, ze skutkiem rozwiązującym na koniec miesiąca kalendarzowego. Wypowiedzenie Umowy jest skuteczne, jeżeli zostanie dokonane w formie pisemnej i doręczone drugiej stronie listem poleconym”.*

Na podstawie zeznania o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) przez podatnika podatku dochodowego od osób prawnych ustalono przychód przedsiębiorcy osiągnięty w roku 2010, który wyniósł ... zł (dowód: karta nr 162).

### **W toku niniejszego postępowania Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w art. 24 ust. 2 stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479<sup>45</sup> Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

W przypadku, gdy doszło do naruszenia art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu na mocy art. 26 ust. 1 tej ustawy uznaje określoną praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazuje zaniechanie jej stosowania. Zgodnie z art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W przypadku określonym w art. 27 ust. 1 Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

### **Naruszenie interesu publicznego**

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Działania oparte na przepisach niniejszej ustawy są zatem podejmowane w interesie publicznym, w celu ochrony interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek do uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy oceniane działania godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku i poprzez to powodują zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu. Do naruszenia interesu publicznego dochodzi, gdy skutki określonych działań mają charakter powszechny, dotyczą wszystkich potencjalnych podmiotów na danym rynku<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Konrad Kohutek: Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2008r., strona 47

Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie przedmiotowa przesłanka została spełniona, istniała możliwość poddania zachowania przedsiębiorcy dalszej ocenie pod kątem stosowania przez niego praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Na mocy art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Aby można było stwierdzić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów muszą kumulatywnie zostać spełnione 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,
- praktyka musi być bezprawna.

### **Status przedsiębiorcy**

Zgodnie z art. 4 pkt. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez przedsiębiorcę rozumie się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej, a także inne kategorie podmiotów określone w art. 4 pkt 1) lit. d) – lit. d) ww. ustawy. Z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn. Dz. U. z 2007r. Nr 155, poz. 1095 ze zm.) wynika, że przedsiębiorcą jest osoba prawna wykonująca działalność gospodarczą. W rozważanym przypadku podmiot będący stroną postępowania bez wątplenia posiada status przedsiębiorcy, gdyż działa w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością prowadzącej działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego. Zachowania niniejszego podmiotu podlegają zatem kontroli dokonywanej na gruncie 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 2008r. (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 doszło do zagrożenia interesu publicznego w sposób opisany w punkcie I sentencji niniejszej decyzji. Oceniane zachowanie przedsiębiorcy dotyczyło szerokiego kręgu najsłabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci.

Na działanie przedmiotowej praktyki narażeni byli konsumenci, którzy chcieli rozwiązać umowy w związku z czym kierowali do Spółki oświadczenia informujące o

rezygnowaniu z dalszego korzystania ze świadczonych przez nią usług. Jednocześnie biorąc pod uwagę fakt, iż w okresie od października 2009r do marca 2010r. do konsumentów, którzy złożyli oświadczenia na podstawie art. 6 ust. 1 i 2 Regulaminów skutkujące rozwiązaniem umowy były kierowane oceniane w niniejszym postępowaniu pismo, zgodnie z powyższą definicją zbiorowości konsumentów obejmuje ona konsumentów, których stosowana praktyka naruszała interesy, jak również konsumentów, których interesom ona zagrażała, a więc, tych którzy mogli złożyć oświadczenia skutkujące rozwiązaniem umów. Rozważana praktyka godziła więc w zbiorowe interesy konsumentów.

### **Bezprawność działań**

Kolejną przesłanką, która musi być spełniona, aby było możliwe stwierdzenie naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jest bezprawność działania przedsiębiorcy rozumiana jako sprzeczność działania z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa. Jako „sprzeczne z prawem” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa. /Por. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji Komentarz, pod redakcją prof. dr hab. Janusza Szwejki, Wydawnictwo CH BECK, Warszawa 2000, s.117 - 118/.

I. W zakresie punktu I sentencji decyzji oceniana praktyka dotyczyła bezprawnego zachowania przedsiębiorcy polegającego na kierowaniu do konsumentów, którzy złożyli oświadczenia o rezygnacji z Umów o Abonament pism o treści: *„Informujemy, że rozwiązanie nastąpi zgodnie z postanowieniami jej Regulaminu. W związku z powyższym, prosimy o jak najszybszy kontakt pod specjalnie przygotowanym dla Państwa numerem telefonu ... od poniedziałku do soboty w godzinach od 10:00 do 21:00. W oczekiwaniu na kontakt, łączę szczerze wyrazy sympatii i szacunku”*, co wprowadzało konsumentów w błąd co do konieczności kontaktu telefonicznego ze Spółką w związku ze złożeniem pisma o rozwiązaniu umowy, przy czym obowiązek taki nie wynikał z postanowień Regulaminu, co stanowiło nieuczciwą praktykę rynkową określoną w art. 5 ust. 1 w związku z art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Przez decyzję dotyczącą umowy zgodnie z art. 2 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienia umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonych czynności, czy też powstrzyma się od jej dokonania. Art. 4 ust. 1 ww. ustawy stanowi, iż praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcać zachowanie

rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Spółka odnosząc się do zarzutu postawionego we wszczęciu postępowania podała cele, jakim miało służyć wysłanie do konsumentów ocenianego pisma. Prezes Urzędu dokonał oceny tych wyjaśnień oraz ustosunkował się do nich.

Spółka stwierdziła, iż zwracała się do Abonenta o jak najszybszy kontakt telefoniczny w celu przekazania mu w razie jego wątpliwości wszelkich informacji i wyjaśnień związanych z faktem rozwiązania Umowy o Abonament (dowód: karta nr 152). Jednak ocena treści tego pisma wykazała, iż nie zawierała ona powyższych informacji. W piśmie tym podano jedynie, iż Spółka oczekuje na kontakt telefoniczny w związku z rozwiązaniem umowy. W opinii Prezesa Urzędu biorąc pod uwagę, iż w piśmie Spółka nie podała powyżej przytoczonego celu, któremu miał służyć kontakt wraz z wyjaśnieniem, iż nie wykonanie tej prośby, nie wpływa na skuteczność wcześniej złożonego oświadczenia o rozwiązaniu umowy, wprowadza konsumentów w błąd co do celu, któremu miał służyć kontakt ze Spółką.

Kolejny z celów wysłania przez Spółkę ocenianego pisma, było przedstawienie Abonentowi, o ile sobie będzie tego życzył, nowej, promocyjnej oferty, z której może skorzystać, a tym samym może wycofać swoje oświadczenie skutkujące rozwiązaniem Umowy o Abonament i kontynuować ją na nowych, promocyjnych warunkach (dowód: karta nr 152). Oceniając powyższe wyjaśnienia Prezes Urzędu stwierdził, iż na podstawie otrzymywanej informacji, konsument nie mógł stwierdzić, iż w trakcie przez niego zainicjowanej rozmowy telefonicznej, będą mu oferowane promocyjne warunki umowy, i zostanie zachęcony do wycofania wcześniej złożonego oświadczenia. Tym samym stwierdzone zostało, iż konsumenci byli wprowadzani w błąd również co do tego celu. W sytuacji, gdy Spółka miała faktycznie specjalnie przygotowaną ofertę dla konsumenta, mogła ją przedstawić w przedmiotowym piśmie. Dzięki takiej praktyce konsument mógłby zapoznać się z nią, i w przypadku jej akceptacji skontaktować się ze Spółką. Natomiast w ocenianej sytuacji konsument w trakcie przeprowadzonej rozmowy był zaskakiwany ofertą kontynuowania realizacji umowy. Obciążenie konsumentów kosztami osiągnięcia tego celu zostało uznane za naruszające dobre obyczaje.

Ostatnim z celów, jakim miało służyć przedmiotowe pismo było uzyskanie od Abonenta informacji o przyczynach braku zamiaru kontynuowania / wypowiedzenia Umowy o Abonament. Informacje uzyskane tą drogą miały służyć optymalizacji poziomu usług świadczonych na rzecz Abonentów, w tym o rozwiązaniu ewentualnych nieporozumień jakie powstały w relacjach z danym Abonentem (dowód: karta nr 152). Analiza ocenianego pisma wykazała, iż również o tym celu konsument nie był informowany. Z powyższych wyjaśnień w sposób jednoznaczny wynika, iż Spółka zamierzała w trakcie rozmowy telefonicznej zgromadzić informacje o poziomie zadowolenia ze świadczonych usług. Oceniając powyższe należy pamiętać, iż przeprowadzenie badania w formie wywiadu telefonicznego jest trudnym oraz kosztownym badaniem marketingowym. Wynika to z faktu, iż osoby do których dzwoni ankietier nie są chętne do udzielania odpowiedzi. Natomiast w sytuacji, gdy konsument sam dzwoni do Spółki chętniej udzieli odpowiedzi na pytania, gdyż nie obawia się, iż przekaze informacje nieuprawnionej osobie. Dodatkowo konsument kontaktujący się z przedsiębiorcą w ocenianej sytuacji był przygotowany, iż rozmowa miała dotyczyć rozwiązania umowy. Dlatego też Prezes Urzędu stwierdził, iż konsumenci byli wprowadzani w błąd co do celu, któremu miał służyć kontakt telefoniczny. Dodatkowo biorąc pod uwagę podany powyżej cel, a więc przeprowadzenie wywiadu telefonicznego na koszt konsumentów, praktykę należało uznać za naruszającą dobre obyczaje. Spółka dysponująca danymi teleadresowymi konsumentów mogła samodzielnie, na własny koszt skontaktować się z nimi w celu przeprowadzenia badania poziomu satysfakcji ze świadczonych usług.

Spółka stwierdziła również, iż jest firmą dbającą o relacje z Abonentami, gdyż to oni są dla niej najważniejsi i ich uwagi i zastrzeżenia służą do udoskonalenia świadczonych usług. Dlatego też Spółka zwracała się o jak najszybszy kontakt telefoniczny (dowód: karta nr 178). Oceniając uzasadnienie dla sugerowania konsumentom, iż powinni jak najszybciej skontaktować się pod wskazanym numerem telefonu, Prezes Urzędu uznał, iż nie jest ono wystarczające. Nie może zostać uznane za właściwe ponaglanie konsumentów do skontaktowania się ze Spółką w związku z chęcią zgromadzenia informacji służących poprawie jakości świadczonych usług. Tak jak zostało stwierdzone powyżej, Spółka znając dane teleadresowe konsumentów mogła samodzielnie skontaktować się z konsumentami w celu przeprowadzenia wywiadu telefonicznego nienarazając ich na poniesienie kosztów takiej rozmowy.

Zgodnie z przytoczonymi warunkami Regulaminów do rozwiązania stosunku umownego wystarczające było wysłanie pisemnego oświadczenia spełniającego określone wymagania. Jednak konsumenci otrzymywali pismo w brzmieniu: *„Informujemy, że rozwiązanie nastąpi zgodnie z postanowieniami jej Regulaminu. W związku z powyższym, prosimy o jak najszybszy kontakt pod specjalnie przygotowanym dla Państwa numerem telefonu .... W oczekiwaniu na kontakt, ”*. Ustosunkowując się do wszczęcia postępowania Spółka stwierdziła, iż dokonując oceny treści pisma znaczenie ma forma przedstawienia informacji. Zacytowana treść została podzielona na części. Jednak pomimo tego podziału w opinii Prezesa Urzędu konsument czyta otrzymane informacje w taki sposób jak zostały one przedstawiony powyżej, a więc razem, bez względu na podział treści na akapity.

Najpierw konsument faktycznie jest informowany, iż rozwiązanie umowy nastąpi zgodnie z postanowieniami Regulaminu. Jednak równocześnie jest informowany, iż w związku z tymi postanowieniami ma się skontaktować pod wskazanym numerem telefonu. Użycie sformułowania „W związku z powyższym”, a więc w związku z *rozwiązaniem umowy zgodnie z postanowieniami Regulaminu* w sposób jednoznaczny sugeruje, iż konieczność kontaktu wynika wprost z postanowień Regulaminu. Praktyka ta była skierowana do osób, które złożyły oświadczenia skutkujące rozwiązaniem umów, tym samym nawet w sytuacji, gdy znały one postanowienia Regulaminu, skontaktowałyby się ze Spółką z ostrożności, w celu wyjaśnienia zaistniałej sytuacji oraz z obawy, iż nie dopełniły wszelkich niezbędnych formalności. W ustosunkowaniu się do wszczęcia Spółka powołała definicję konsumenta, a więc, iż jest on ostrożny, uważny w zakresie dbania o własny interes. Definicja ta miała świadczyć, iż Abonenci świetnie znają obowiązki wynikające z Regulaminu i brzmienie pisma nie wywołały u nich podjęcia decyzji innej niż wynikającej właśnie z postanowień Regulaminu. Oceniając brzmienie pisma w opinii Prezesa Urzędu właśnie te cechy konsumentów powodowały, iż kontaktowali się oni pod wskazanym numerem telefonu. Wynikało to z faktu, iż nie mogli niezauważyć, iż pomimo wykonania obowiązków wynikających z Regulaminu, mogły zaistnieć okoliczności, uzasadniające konieczność kontaktu. Konsumenci zapoznając się z treścią pisma, mogli mieć przeświadczenie, iż w związku ze złożonym oświadczeniem konieczne jest złożenie dodatkowych wyjaśnień np. z uwagi na niezgodność podpisu złożonego na oświadczeniu z podpisem złożonym na umowie (co mogło wynikać z art. 6 § 4 Regulaminu stanowiącego, iż *wszelkie oświadczenia Abonenta opisane w § 1 i § 2 niniejszego artykułu muszą być podpisane własnoręcznie przez Abonenta pod rygorem braku skutków prawnych takiego oświadczenia*), lub w związku z koniecznością ustalenia trybu zwrotu sprzętu (co mogło wynikać z art. 4 § 2 pkt. 7 Regulaminu stanowiącego iż *„(...)W przypadku niedokonania zwrotu Sprzętu, pomimo wystosowania przez Operatora CYFRY+, po upływie miesięcznego terminu, o którym mowa powyżej, dodatkowego wezwania do zwrotu Sprzętu, (...)”*) (dowód: karty nr 126, 137). Sposób przedstawienia w piśmie uzasadnienia dla skontaktowania się ze Spółką powoduje, iż konsument nie ma możliwości zweryfikowania faktycznej potrzeby takiego kontaktu w celu

skutecznego rozwiązania umowy. W piśmie podane zostało jedynie, iż w związku z tym, iż nastąpi rozwiązanie umowy na podstawie Regulaminu, konsument proszony jest o kontakt.

Dodatkowo Spółka zalecała konsumentom „*jak najszybszy kontakt*”. Podniesienie wagi w zakresie pilności kontaktu zostało uzyskane poprzez sformułowanie „*W oczekiwaniu na kontakt*”. Przez użycie sformułowań sugerujących szybki kontakt ze Spółką w powiązaniu z informacją, iż rozwiązanie nastąpi zgodnie z postanowieniami Regulaminu, otrzymany został następujący efekt. Konsumenti byli przeświadczeni, iż aby umowy zostały rozwiązane, nie przedłużone, muszą pilnie skontaktować się ze Spółką.

Dlatego też uznane zostało, iż konsumenci w wyniku otrzymywania przedmiotowego pisma podejmowali decyzje o skontaktowaniu się ze Spółką, których by nie podjęli, gdyby nie otrzymywali przedmiotowego pisma, lub gdyby otrzymali informacje, dotyczące celów, którym faktycznie ma służyć przeprowadzenie rozmów przy równoczesnym wyjaśnieniu, iż nie jest to konieczne jeżeli konsumenci faktycznie nie chcą już korzystać z usług Spółki. Na podstawie brzmienia pisma, konsumenci nie mogli stwierdzić, iż brak kontaktu ze Spółką nie wpływa na procedurę rozwiązania umów.

Jak wynika, z informacji przekazanych przez Spółkę nie w każdym przypadku konsumenci w wyniku otrzymanego pisma oddzwaniali na wskazany numer telefonu, w niektórych przypadkach w trakcie rozmów konsumenci nie wyrażali chęci na uzyskanie informacji o warunkach promocyjnych na jakich mogliby kontynuować umowy.

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki długość tych rozmów była różna i zależała od potrzeb danego Abonenta. Dla potrzeb akcji „*CYFRA Powrót+*” skierowanej do osób, które wycofały oświadczenia o rozwiązaniu umów, została przygotowana specjalna oferta promocyjna. Spółka wyjaśniła, iż Abonent ma możliwość negocjacji warunków umowy o abonament, dzięki czemu może wybrać najbardziej mu odpowiadającą ofertę. Oferty z uwzględnieniem obowiązujących w danym okresie promocji przy zawieraniu nowych umów o abonament oraz oferty wynikającej z akcji „*CYFRA Powrót +*” są porównywalne, zaś ich ostateczny kształt zależy od indywidualnych uzgodnień i decyzji Abonenta. Konsument może nie skorzystać z oferty przedstawionej w ramach przedmiotowej akcji promocyjnej i zawrzeć nową umowę o abonament (dowód: karty nr 84, 85). Jednak w opinii Prezesa Urzędu fakt, iż nie w każdym przypadku konsumenci kontaktowali się ze Spółką, nie usprawiedliwia stosowania praktyki w zakresie, który został zakwestionowany w niniejszym postępowaniu. Natomiast fakt, iż część z adresatów uznała za konieczne skontaktowanie się ze Spółką, a następnie nie wyraziła zgody na wysłuchanie oferty promocyjnej jednoznacznie świadczy, iż brzmienie pisma powodowało, że jego adresaci uznali za konieczne skontaktowanie się ze Spółką. Nieskorzystanie z proponowanej oferty świadczy, iż gdyby wiedzieli o zakresie, który miał być przedmiotem rozmowy nie skontaktowaliby się ze Spółką.

Art. 4 ust. 1 ww. ustawy stanowi, iż praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Przez dobry obyczaj należy uznać w przedmiotowym przypadku podanie w sposób jednoznaczny celu, któremu ma służyć skontaktowanie się ze Spółką pod wskazanym numerem telefonu oraz podanie iż ewentualne skontaktowanie się ze Spółką nie jest konieczne w celu skutecznego rozwiązania umowy. Natomiast w ocenianej sprawie, konsumentom zasugerowano, iż kontakt jest potrzebny w związku z rozwiązaniem umowy, co może zostać zinterpretowane, iż jest to warunek konieczny do rozwiązania umowy. Dlatego też przedmiotową praktykę uznano za wprowadzającą w błąd konsumentów, gdyż mogła powodować podejmowanie decyzji o skontaktowaniu się ze Spółką, co nie jest konieczne. Konsument składając oświadczenie pisemne wykonał wszelkie konieczne czynności wynikające z Regulaminu w tym zakresie, natomiast, gdyby zaistniała

indywidualna okoliczność, iż niedopełnił jakichś obowiązków, przedsiębiorca powinien go wezwać do podjęcia niezbędnych czynności, wskazując okoliczności, które wystąpiły.

Tym samym Prezes Urzędu uznał, iż powołana w sentencji decyzji praktyka wprowadzała konsumentów w błąd i powodowała podjęcie przez nich decyzji w sprawie realizacji umów, których by nie podjęli, gdyby posiadali pełne informacje o celu jakiego ma służyć kontakt.

Na podstawie powyżej przedstawionej analizy stosowanej praktyki Prezes Urzędu stwierdził, iż wpływała ona na decyzje konsumentów o skontaktowaniu się ze Spółką. Istotne jest to, iż jak stwierdzono, konsumenci dzwoniący pod wskazany numer telefonu byli przekonani, iż powinni to zrobić w celu wypełnienia wszelkich obowiązków wynikających z Regulaminu, które jeszcze nie wykonali. Spółka dzięki stosowanej praktyce mogła osiągnąć wymierne korzyści finansowe polegające na kontynuowaniu realizacji umów przez konsumentów w wyniku wycofania oświadczeń, a także osiągnąć wymierne oszczędności dzięki przedstawieniu oferty promocyjnej oraz zgromadzeniu danych o poziomie satysfakcji ze świadczonych usług w trakcie rozmowy przeprowadzonej na koszt konsumentów. Oceniając stosowaną praktykę należy pamiętać, iż Spółka znając dane adresowe, mogła osiągnąć te cele na własny koszt. Stosowana praktyka poprzez doprowadzenie konsumentów do wykonania czynności, których nie musieli podejmować, w celu osiągnięcia skutku zgodnego ze złożonym oświadczeniem, niepotrzebnie naraziła konsumentów na poniesienie kosztów. Tym samym w opinii Prezesa Urzędu stosowana praktyka Spółki naruszyła interesy ekonomiczne konsumentów.

W związku z faktem, że zaistniały łącznie przesłanki wynikające z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, tj. bezprawność działań przedsiębiorcy oraz naruszanie zbiorowych interesów konsumentów, Prezes Urzędu uznał ocenianą praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Przedsiębiorca składając wyjaśnienia, określił okres, w którym przedmiotowe pismo było kierowane do Abonentów, tj. od października 2009r. do marca 2010r. W związku z faktem, iż zaniechanie kierowania do Abonentów pism o zakwestionowanej treści, uznano, iż istnieją podstawy do uznania, iż Spółka zaniechała stosowania zakwestionowanej praktyki.

W związku z powyższym uzasadnione stało się uznanie na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzenie zaniechania jej stosowania z dniem 31 marca 2010r.

Wobec powyższego należało orzec jak w pkt. I sentencji decyzji.

**II.** 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 praktyki naruszające 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 naruszania celowo, czy też nieumyślnie. Dlatego też Prezes Urzędu ma prawo nałożyć karę pieniężną z tytułu stosowania praktyki, gdy narusza ona interesy konsumentów bez względu na to, czy przedsiębiorca ponosi winę za jej stosowanie. 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 naruszania przepisów ustawy, a także uprzednie naruszanie przepisów ustawy.

Kara nakładana przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Zawodowy (profesjonalny) charakter świadczenia usług wymaga prowadzenia działalności w sposób zapewniający poszanowanie dobrych obyczajów oraz

słusznym interesów konsumentów, co wiąże się z respektowaniem obowiązujących przepisów prawa.

Podstawą obliczenia wysokości niniejszej kary jest przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, tj. w 2010r. (dowód: karta nr 162). Przychód osiągnięty przez Spółkę w 2010r. wyniósł ... zł w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to ... zł.

Prezes Urzędu uznał, iż w okolicznościach niniejszej sprawy istnieją podstawy do nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej z tytułu naruszenia stwierdzonego w punkcie I sentencji decyzji polegającego na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej polegającej na przekazywaniu konsumentom wprowadzających w błąd informacji. Biorąc pod uwagę fakt, iż przedmiotowe działanie naruszało interesy konsumentów Prezes Urzędu za celowe uznał nałożenie na przedsiębiorcę kary pieniężnej, o jakiej mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Wyliczając wysokość kary, w tym określając wagę naruszenia Prezes Urzędu wziął pod uwagę bezpośredni wpływ stosowania zakwestionowanej praktyki na pogorszenie się sytuacji konsumentów w stosunku do praw przyznanych im przez przepisy prawa. W efekcie stosowanej praktyki konsumenci podejmowali działania narażające ich na koszty, których nie musieli podejmować w związku z postanowieniami Regulaminu. Tym samym w wyniku stosowanej praktyki naruszony został interes ekonomiczny konsumentów. Jednocześnie przedsiębiorca, co zostało wykazane we wcześniejszej części uzasadnienia niniejszej decyzji uzyskiwał korzyści finansowe ze stosowanej praktyki poprzez oszczędności w zakresie wykonywania telefonów do konsumentów w celu zaproponowania wycofania oświadczeń, czy też przeprowadzenia badania telefonicznego ustalającego poziom zadowolenia ze świadczonych usług.

Analizując powyższą sytuację, stwierdzone zostało, iż przedsiębiorca dopuścił się stosowania przedmiotowej praktyki na etapie wykonania kontraktu.

Nakładając karę pieniężną określoną w art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik, Prezes Urzędu bierze pod uwagę spełnienie przesłanki określonej w ww. przepisie tj. uznanie, iż naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie.

W kontekście analizy wagi stwierdzonego naruszenia wzięto także pod uwagę fakt, iż zakwestionowana praktyka była prowadzona jedynie przez kilka miesięcy, a więc nie była stosowana długotrwale.

W oparciu o osiągnięty przez przedsiębiorcę przychód ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń. W przypadku zakwestionowanej praktyki w pkt I sentencji decyzji kwotę bazową ustalono na poziomie 2 007 004 PLN (słownie złotych: dwóch milionów siedmiu tysięcy czterech), co stanowi ...% przychodu osiągniętego przez przedsiębiorcę.

Wyliczając ostateczny wymiar kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę okoliczność łagodzącą. Istotne jest, iż przedsiębiorca zaniechał stosowania zakwestionowanej praktyki. Podjęte przez przedsiębiorcę działania w przedmiotowej sprawie zostały uznane za wystarczające do stwierdzenia zaniechania stosowania zakwestionowanej w punkcie I sentencji decyzji praktyki. Procent obniżenia zastosowany z uwagi na występującą w sprawie okoliczność łagodzącą wyniósł w przypadku przedmiotowej praktyki 30%. Obliczając ostateczny wymiar kary Prezes Urzędu uwzględnił również okoliczność obciążającą, tj. krajowy zasięg stosowanej praktyki. W związku z powyższą okolicznością wysokość kary podwyższono o 20%. W oparciu o powyższe przesłanki ostatecznie wysokość kary obniżono o 10%.

W związku z powyższym ustalono wysokość kary na kwotę **1 806 304 PLN** (słownie: jednego miliona ośmiuset sześciu tysięcy trzystu czterech złotych), co stanowi ... % osiągniętego przez przedsiębiorcę w 2010r. przychodu oraz ...% maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Jest ona adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ww. ustawy i współmierna do możliwości finansowych przedsiębiorcy. Prezes Urzędu uznał, że orzeczona kara powinna pełnić funkcję dyscyplinującą i prewencyjną tak, aby zapobiec w przyszłości stosowaniu podobnych naruszeń. Niniejsza kara powinna pełnić również funkcję edukacyjną i wychowawczą, a także podkreślać naganność zakwestionowanych w niniejszym postępowaniu zachowań przedsiębiorcy.

Wobec powyższego należało orzec jak w pkt. II sentencji decyzji.

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

**III.** Na podstawie art. 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty postępowania. 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.

Postępowanie przeciwko przedsiębiorcy w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu. Na podstawie ustaleń dokonanych w trakcie postępowania w punkcie I sentencji decyzji stwierdzone zostało naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania dla Prezesa Urzędu są wydatki w wysokości 23 PLN związane z korespondencją prowadzoną z przedsiębiorcą. W związku z powyższym, Prezes Urzędu postanowił obciążyć przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości **23 PLN (słownie: dwudziestu trzech złotych).**

Wobec powyższego orzeka się jak w punkcie III sentencji decyzji.

**Na podstawie art. 264 § 1 ustawy Kodeks postępowania administracyjnego, w zw. z art. 83 i 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wyznaczył stronie termin 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na uiszczenie kosztów niniejszego postępowania. Powyższą kwotę należy wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.**

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od daty 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 III niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479<sup>32</sup> § 1 i § 2 k.p.c., przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia 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