



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

RŁO-610-3()/17/MM

Łódź, 26 lipca 2017 r.

POSTANOWIENIE nr 3/610-3/17

Na podstawie art. 73a w zw. z art. 33 ust. 4, 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 229 ze zm.), działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

postanawia się:

podać do publicznej wiadomości - na stronie internetowej www.uokik.gov.pl - informację o następującej treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów informuje, że zachodzi szczególnie uzasadnione podejrzenie, iż Nasza S.A. z siedzibą w Warszawie, świadcząca usługi telekomunikacyjne, przede wszystkim w sieci stacjonarnej, stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, które mogą spowodować znaczne straty lub niekorzystne skutki dla szerokiego kręgu konsumentów. Ofiarami praktyk Spółki są często osoby starsze, w wieku przewyższającym 65 lat. Konsumentów w tym wieku mogą być szczególnie narażeni na nieuczciwe praktyki rynkowe. Ze zgromadzonych skarg, zawiadomień, pism otrzymanych od rzeczników konsumentów i innych sygnałów wynika, że **Spółka może wprowadzać konsumentów w błąd co do przedmiotu oferowanej usługi oraz co do swojej tożsamości**. Konsumentów wskazują, że w rozmowach telefonicznych przedstawiciel Spółki (konsultant) sugeruje, że reprezentuje ich dotychczasowego dostawcę usług telekomunikacyjnych. Z reguły konsultant proponuje konsumentowi zmianę lub przedłużenie umowy na korzystniejszych warunkach finansowych, tj. obniżenie abonamentu za telefon, np. z uwagi na długotrwałą i dobrą współpracę. Konsultant zapowiada wizytę „kuriera” (w rzeczywistości będącego przedstawicielem Spółki), który dostarczy konsumentowi odpowiednie dokumenty do podpisu. Jak wynika z otrzymanych skarg i pism konsumentów, podczas wizyty kurierzy mogą przekazywać podobne informacje wskazując, że podpisanie okazanych dokumentów umożliwi konsumentowi skorzystanie z nowej, korzystnej cenowo oferty jego dotychczasowego dostawcy względnie przedłuży umowę zawartą z tym przedsiębiorcą na korzystniejszych warunkach finansowych. Jak wskazują konsumentów kurierzy często poprzestają na wskazaniu, że jedynie przywożą dokumenty do podpisu od dotychczasowego, znanego konsumentowi dostawcy usług, nie udzielając żadnych innych informacji o przedmiocie okazywanej umowy i jej załącznikach.

Co więcej, Nasza S.A. stosuje wzór umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, którego konstrukcja może utwierdzać konsumentów w przekonaniu, że zawierają umowę z dotychczasowym operatorem. Na stosowanym wzorcu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych nie ma logo Spółki, jej nazwa i dane są napisane



małą czcionką, podczas gdy nazwa dotychczasowego operatora jest napisana większą czcionką i znajduje się w bardziej widocznym miejscu, niemal na środku strony.

Ze skarg i pism konsumentów wynika także, że proponując konsumentom zawarcie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych **przedstawiciele Spółki sugerują, że podawana kwota abonamentu w wysokości 29,99 zł obejmuje nielimitowane rozmowy, i że jest to jedyna miesięczna opłata.** Nie informują ich o tym, że nielimitowane rozmowy są dostępne w ramach pakietu minut, który jest dodatkową, odpłatną usługą, której cena może stanowić nawet równowartość ceny samego abonamentu.

Ponadto zebrane dotychczas w toku postępowania informacje wskazują, że **Spółka obciąża konsumentów płatnością za dodatkowe usługi, między innymi wykaz połączeń w formie wydruku, bez uzyskania wyraźniej zgody konsumentów na ich świadczenie.** W konsekwencji konsument otrzymuje fakturę na kwotę znacznie wyższą, niż się spodziewał.

Opisane powyżej działania Spółki mogą zagrażać interesom majątkowym i niemajątkowym szerokiego grona konsumentów. Sugerując się przekazanymi przez Spółkę nieprawdziwymi informacjami o jej tożsamości, celu wizyty jej przedstawiciela czy przedmiocie oferowanej usługi, konsumenci mogą zawrzeć umowy ze Spółką, których by nie zawarli, gdyby uzyskali pełne i rzetelne informacje w tym zakresie. Nieinformowanie konsumentów w trakcie składania propozycji zawarcia umowy, że kwota abonamentu w wysokości 29,99 zł nie obejmuje pakietu minut oraz obciążanie konsumentów za dodatkowe, niezamówione usługi, może natomiast wprowadzać konsumentów w błąd co do wysokości faktycznych opłat, jakie będą ponosić na podstawie zawartej ze Spółką umowy. Nieprzekazanie tej informacji może powodować, że konsument pozna rzeczywiste koszty korzystania z usług Spółki dopiero po otrzymaniu pierwszej faktury.

Konsumenci informowali, że zazwyczaj dowiadywali się, iż zawarli umowę z Nasza S.A. dopiero po otrzymaniu pierwszej faktury lub gdy jego dotychczasowy dostawca usług skontaktował się z nimi w celu zweryfikowania otrzymanego od Spółki wniosku o przeniesienie jego numeru telefonu. Najczęściej ma to miejsce już po upływie terminu 14 dni od dnia zawarcia umowy, w którym konsument mógł odstąpić od umowy bez podawania przyczyn i ponoszenia kosztów. Jeżeli po upływie tego terminu konsument zdecyduje się na jednostronne rozwiązanie umowy ze Spółką, zawartej na czas oznaczony, będzie zobowiązany do zapłaty na rzecz Spółki opłaty wyrównawczej tytułem rozliczenia udzielonych mu przez Spółkę ulg. Z wystawionych przez Spółkę not obciążeniowych wynika, że opłata ta może wynosić od około 500 zł do nawet około 1450 zł.

W konsekwencji konsument może albo rozwiązać jednostronnie umowę ze Spółką i zapłacić na jej rzecz opłatę wyrównawczą albo pozostać jej abonentem, pomimo, że faktycznie nie chce korzystać z usług Spółki. Pozostanie abonentem Spółki wiąże się często z zapłatą opłaty wyrównawczej dla dotychczasowego operatora oraz wyższymi, niż u dotychczasowego operatora, rachunkami za usługi telekomunikacyjne”.

Uzasadnienie

Postanowieniem z dnia 3 lipca 2017 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu”) wszczął z urzędu postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Nasza S.A. z siedzibą w Warszawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w:

1. **art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,** polegających na wprowadzającym w błąd informowaniu konsumentów, w związku ze

składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, o przedmiocie oferowanej usługi i rzeczywistym celu rozmowy lub wizyty, przez sugerowanie, że składana oferta i dokumenty przedkładane konsumentom dotyczą zmiany warunków umowy zawartej z dotychczasowym usługodawcą, podczas gdy w rzeczywistości dotyczą zawarcia nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z Nasza S.A. z siedzibą w Warszawie, a tym samym zmiany usługodawcy, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz. 3 ze zm.), a tym samym godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

2. **art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów**, polegających na wprowadzającym w błąd informowaniu konsumentów o wysokości miesięcznych opłat poprzez sugerowanie, że podawana w trakcie składania propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych kwota abonamentu obejmuje usługę pakietu minut, podczas gdy w rzeczywistości pakiet minut jest dodatkową, odpłatną usługą, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz. 3 ze zm.), a tym samym godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

3. **art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów** polegających na obciążaniu konsumentów dodatkową płatnością za usługi w postaci usługi dodatkowej określonej w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, prezentacji numeru CLIP i wykazu połączeń w formie wydruku, wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy bez uzyskania wyraźnej zgody konsumenta, co może naruszać art. 10 ust. 1 w związku z art. 25 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (tekst jednolity Dz. U. z 2014 r., poz. 827 ze zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Stosownie do art. 73a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 229 ze zm.; dalej jako „ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów” lub „u.o.k.k.”), jeżeli z informacji zgromadzonych w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wynika, że istnieje szczególnie uzasadnione podejrzenie, że przedsiębiorca dopuszcza się praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, która może spowodować znaczne straty lub niekorzystne skutki dla szerokiego kręgu konsumentów, Prezes Urzędu podaje do publicznej wiadomości, w tym na stronie internetowej Urzędu, zgromadzone w toku postępowania informacje o tym zachowaniu i jego prawdopodobnych skutkach. Zgodnie z art. 73a ust. 2 powołanej ustawy, rozstrzygnięcie w przedmiocie podania do publicznej wiadomości informacji, o których mowa w ust. 1, następuje w drodze postanowienia, na które stronie służy zażalenie.

Szczególnie uzasadnione podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

Zgromadzone na obecnym etapie postępowania informacje, pochodzące przede wszystkim od konsumentów oraz powiatowych (miejskich) rzeczników konsumentów, wskazują, że istnieje szczególnie uzasadnione podejrzenie, że Nasza S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej: „Nasza S.A.”, „Spółka” lub „Przedsiębiorca”) może stosować praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2, jak również art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Art. 24 ust. 1 ww. ustawy zakazuje stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie

się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe.

Szczególnie uzasadnione podejrzenie bezprawności zachowań Spółki

Bezprawność zarzuconych Spółce praktyk z pkt I i II Prezes Urzędu wywodzi z naruszenia przepisów ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2016 r., poz. 3 ze zm.; dalej jako „u.p.n.p.r.”), natomiast praktyki z pkt III z ustawy o prawach konsumenta (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 827 ze zm.; dalej jako u.p.k.).

I.

Pierwsza z zarzuconych Spółce praktyk dotyczy możliwości wprowadzenia konsumentów w błąd co do przedmiotu oferowanej usługi, celu wizyty, a w konsekwencji co do tożsamości przedsiębiorcy. Z otrzymanych przez Prezesa Urzędu skarg, zawiadomień, pism i innych sygnałów od konsumentów i rzeczników konsumentów oraz informacji pozyskanych w toku kontroli wynika, że informacje, które przedstawiciele Spółki przekazują konsumentom w tym zakresie podczas rozmów telefonicznych inicjujących kontakt, a następnie podczas wizyt w miejscu zamieszkania konsumentów, nie są prawdziwe.

Na podstawie ww. materiałów istnieje uzasadnione podejrzenie, że w rozmowach telefonicznych przedstawiciele Spółki (konsultanci) sugerują, że działają w imieniu dotychczasowego operatora. Z reguły konsultanci informują, że dotychczasowy dostawca proponuje konsumentowi zmianę lub przedłużenie umowy na korzystniejszych warunkach finansowych, tj. obniżenie abonamentu, np. z uwagi na długotrwałą i dobrą współpracę. Konsultanci prowadzą rozmowę w taki sposób, żeby wzbudzić przekonanie konsumenta, że rozmawia z przedstawicielem swojego dotychczasowego kontrahenta, a nie nowego dostawcy usług telekomunikacyjnych. W rozmowie konsultant informuje o wizycie kuriera (będącego w rzeczywistości przedstawicielem Spółki), który ma dostarczyć konsumentowi odpowiednie dokumenty do podpisu, w celu skorzystania z niższego abonamentu.

Konsumenci podnoszą, że podczas wizyty kurierzy przekazują im podobne informacje, wskazując, że dostarczają dokumenty, których podpisanie umożliwi konsumentowi skorzystanie z nowej, korzystnej cenowo oferty jego dotychczasowego dostawcy usług telekomunikacyjnych lub przedłuży umowę zawartą z tym przedsiębiorcą na korzystniejszych warunkach finansowych. Zdarza się też, że kurierzy informują konsumenta o konieczności uzupełnienia brakujących podpisów na dokumentach dostawcy, który świadczy na jego rzecz usługi telekomunikacyjne. Jak wynika z otrzymanych pism, kurierzy wskazują także, że jedynie przywożą dokumenty do podpisu pochodzące od dotychczasowego, znanego konsumentowi dostawcy usług, nie udzielając żadnych innych informacji o przedmiocie okazywanej umowy i jej załącznikach. Często kurierzy poprzestają na wskazaniu konsumentowi miejsc na dokumentach, w których powinien złożyć podpisy. Kurierzy odwołują się również do wcześniejszej rozmowy telefonicznej przeprowadzonej z konsumentem, wyjaśniając, że przywożą dokumenty, o których była mowa podczas tej rozmowy. Analiza otrzymanych skarg i pism konsumentów prowadzi do wniosku, że kurierzy nie informują o rzeczywistym celu wizyty, którym jest zawarcie przez konsumenta umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych ze Spółką.

Przedstawiciele Spółki nie reprezentują dotychczasowego dostawcy usług telekomunikacyjnych konsumenta i nie zawierają umów z konsumentami w imieniu i na rzecz tego dostawcy. Informacje, które przekazują, mogą jednak wywoływać mylne przekonanie konsumentów o tożsamości przedsiębiorcy, który składa im propozycję obniżenia opłat za abonament telefoniczny oraz rzeczywistym celu wizyty kuriera i przedmiocie zawieranej umowy. Prowadząc rozmowę z przedstawicielem Spółki konsumenci mogą uznać, że ww.

propozycja pochodzi od ich dotychczasowego dostawcy usług, a podpisanie dostarczonych przez kuriera dokumentów spowoduje jedynie zmianę, na korzystniejszą, warunków zawartej z tym podmiotem umowy. Błędne przekonanie konsumentów w tym zakresie może powodować, że zainteresują się ofertą Spółki czy podejmą decyzję o zawarciu z nią umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. W wielu skargach i pismach konsumenci podkreślili, że zdecydowali się na podpisanie okazanych im dokumentów umownych tylko dlatego, że byli przekonani o tym, że jest to oferta przedsiębiorcy telekomunikacyjnego, z usług którego korzystają i są zadowoleni. Konsumenci nie podpisaliby więc umowy, gdyby wiedzieli, że zawierają całkowicie nową umowę ze Spółką.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu uznaje, że zachodzi szczególnie uzasadnione podejrzenie, że Spółka dopuszcza się stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w związku z art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r.

II.

Druga z zarzuconych Spółce praktyk dotyczy wprowadzania konsumentów w błąd co do wysokości miesięcznych opłat poprzez sugerowanie konsumentom, że podawana w trakcie składania propozycji zawarcia umowy kwota abonamentu obejmuje usługę pakietu minut.

W pozyskanym w toku kontroli partnerów handlowych Spółki, odpowiedzialnych za zawieranie umów z konsumentami, scenariuszu rozmowy znajduje się zdanie: „(...) *Dzwonię, ponieważ od przyszedłego miesiąca ma Pan/i możliwość włączenia abonamentu na kwotę zaledwie 29,99 zł brutto, czyli już z VAT-em, a dodatkowo nielimitowane rozmowy na telefony stacjonarne w całej Polsce, do wszystkich krajów UE, USA i Kanady. Czy otrzymał/a już Pan/i taką obniżkę?*”. Z całego scenariusza rozmowy nie wynika, by nielimitowane rozmowy na telefony stacjonarne w całej Polsce, w Unii Europejskiej, USA i Kanadzie, były dodatkowo płatne. Wręcz przeciwnie, w rozmowie sugerowane jest, że całkowity miesięczny abonament zawierający już nielimitowane rozmowy, wynosi 29.99 zł. Tymczasem pakiety minut gwarantujące nielimitowane rozmowy na telefony stacjonarne i komórkowe są dodatkową, odpłatną usługą, której koszt może wynosić do 30 zł miesięcznie.

W wielu przesłanych przez konsumentów lub przekazanych przez powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów konsumenci skarżyli się, że byli informowani, iż przedstawiana im kwota abonamentu za 29,99 zł jest całkowitą opłatą miesięczną i obejmuje nielimitowane rozmowy na telefony stacjonarne w całej Polsce i zagranicą. Konsumenci nie byli informowani, że owe nielimitowane rozmowy są dostępne w ramach pakietu minut, za który należy ponosić dodatkową opłatę. Konsumenci nie byli również pytani, którym pakietem minut byłiby zainteresowani, niemniej jednak w każdej przekazanej Prezesowi Urzędu umowie zaznaczony był jeden z pakietów minut.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu uznaje, że zachodzi szczególnie uzasadnione podejrzenie, że Spółka dopuszcza się stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 2 u.p.n.p.r.

III.

Ostatnia z zarzuconych Spółce praktyk polega na obciążaniu konsumentów dodatkową płatnością za usługi w postaci usługi dodatkowej opisanej w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, prezentacji numeru CLIP i wykazu połączeń w formie wydruku, wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy bez uzyskania wyraźnej zgody konsumenta.

Przedsiębiorca oferuje odpłatne usługi w postaci prezentacji numeru CLIP, tj. identyfikacji numeru dzwoniącego na wyświetlaczu telefonu, wykaz połączeń w formie

wydruku oraz usługę dodatkową opisaną w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez Nasza S.A. Usługa dodatkowa opisana w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez Nasza S.A. polega na tym, że „w przypadku istniejących w chwili lub po zgonie Abonenta zaległości z tytułu świadczonych Usług (usług telekomunikacyjnych), w związku ze świadczoną usługą dodatkową w zamian za opłatę, Dostawca Usług oświadcza, iż wszelkie zaległości istniejące lub powstałe w chwili lub po zgonie Abonenta nie będą przedmiotem jakichkolwiek roszczeń przeciwko ewentualnym spadkodawcom Abonenta” (Dział III ust. 3 umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez Nasza S.A.). Opłata za każdą z wskazanych wyżej usług wynosi 4,99 zł brutto miesięcznie.

Jak wynika z zebranego dotychczas w toku postępowania materiału dowodowego, w toku rozmowy sprzedażowej telefonicznej oraz w trakcie wizyty w miejscu zamieszkania konsumenta osoby działające w imieniu Przedsiębiorcy mogą nie przekazywać konsumentom informacji o ww. usługach i nie uzyskiwać w zakresie świadczenia tych usług odpowiednich zgód konsumentów. Zebrane w toku postępowania informacje wskazują, że usługi te są już automatycznie zaznaczone na wzorcu umowy, w tym na wzorach umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych załączonych do umów partnerstwa handlowego zawartych przez Przedsiębiorcę z podmiotami odpowiedzialnymi za pozyskiwani klientów i podpisywanie z nimi umów.

W związku ze świadczeniem ww. usług Spółka żąda zapłaty kwoty wyższej od tej, o której konsumenci informowani byli przy składaniu im przez Spółkę propozycji zawarcia umowy i którą konsumenci kierowali się przy skorzystaniu z oferty dostawcy usług.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu uznaje, że zachodzi szczególnie uzasadnione podejrzenie, że Spółka dopuszcza się naruszenia art. 10 ust. 1 w związku z art. 25 ustawy o prawach konsumenta.

Szczególnie uzasadnione podejrzenie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów oraz interesu publicznego

W ocenie Prezesa Urzędu, w niniejszej sprawie zachodzi szczególnie uzasadnione podejrzenie, że opisane powyżej zachowania Spółki godzą w zbiorowe interesy konsumentów, tj. interesy nieokreślonej i nieograniczonej grupy konsumentów, których nie da się zidentyfikować - wszystkich jej aktualnych i potencjalnych klientów, do których Spółka kieruje swoją ofertę. Adresatem zarzuconych Spółce praktyk potencjalnie może być każdy konsument korzystający z usług telefonii stacjonarnej. Należy przy tym podkreślić, że z informacji przekazanych przez konsumentów oraz powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów wynika, iż ofiarami praktyk Spółki są często osoby starsze, w wieku przewyższającym 65 lat. Interes konsumentów naruszony w wyniku zakwestionowanych praktyk Spółki nie stanowi więc jedynie sumy indywidualnych interesów konsumentów. Ciężar i rodzaj zarzuconych Spółce naruszeń oraz szeroki krąg konsumentów, który może być nimi dotknięty, świadczą o szczególnie uzasadnionym podejrzeniu zagrożenia interesu publicznego.

Ryzyko spowodowania znacznych strat lub niekorzystnych skutków dla szerokiego kręgu konsumentów

Zakwestionowane zachowania Spółki mogą spowodować znaczne straty lub niekorzystne skutki dla szerokiego kręgu konsumentów. Podkreślenia wymaga, że Spółka

świadczy usługi telekomunikacyjne na terenie całego kraju. Oznacza to, że potencjalnie każdy konsument może być dotknięty skutkami jej praktyk. Zarzucone Spółce praktyki wywierają wpływ zarówno na interesy majątkowe, jak i niemajątkowe konsumentów. W pierwszej kolejności należy zauważyć, że wskutek otrzymania od Spółki nieprawdziwych informacji o jej tożsamości czy przedmiocie zawieranej umowy, konsumenci mogą nie zdawać sobie sprawy ze znaczenia dokonanej przez nich czynności prawnej i ich konsekwencji. Konsumenci są bowiem przekonani, że skontaktował się z nimi przedstawiciel ich dotychczasowego dostawcy usług, który zaproponował im korzystniejsze finansowo warunki świadczenia usług, tj. obniżenie abonamentu za telefon. Co za tym idzie, konsumenci mogą być przekonani, że podpisując okazane im dokumenty jedynie zmieniają warunki ich dotychczasowej umowy.

Na podstawie informacji uzyskanych od przedstawicieli Spółki oraz składanych przez nich zapewnień, konsumenci nie są w stanie stwierdzić, że otrzymana propozycja pochodzi od Spółki, czyli innego operatora niż ten, z którego usług korzystają. Konsumenci nie są także w stanie przewidzieć, że podpisanie dokumentów umownych spowoduje określone skutki prawne. Skutki te mogą wiązać się z rozwiązaniem przez konsumenta jednej z wiążących go umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych - umowy ze Spółką lub z dotychczasowym dostawcą usług telekomunikacyjnych. W przypadku, gdy umowa konsumenta z dotychczasowym dostawcą jest umową zawartą na czas oznaczony, której termin jeszcze nie upłynął, jednostronne rozwiązanie takiej umowy przez konsumenta spowoduje, że zgodnie z przepisami Ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (t.j. Dz.U. z 2016 r., poz. 1489 ze zm.) będzie co do zasady zobowiązany do zwrotu udzielonych mu przez tego przedsiębiorcę ulg (tj. zapłaty tzw. opłaty wyrównawczej). Jeżeli natomiast konsument chciałby jednostronnie rozwiązać umowę ze Spółką zawartą na czas oznaczony, takie koszty poniesie na rzecz Spółki. Zebrane dotychczas informacje wskazują, że w takich przypadkach Spółka obciąża konsumentów opłatą wyrównawczą najczęściej w wysokości od około 500 zł do nawet około 1450 zł. Nie przesądzając, czy takie żądanie zapłaty jest prawnie uzasadnione w konkretnym przypadku, dla konsumenta kwota ta stanowi niewątpliwie istotne obciążenie finansowe.

Działania Spółki mogą powodować poza tym określone niedogodności czy utrudnienia po stronie konsumenta, jeżeli np. w ramach umowy z dotychczasowym dostawcą usług konsument korzystał z pakietu usług (np. usług telefonicznych i dostępu do Internetu). Biorąc pod uwagę, że Spółka oferuje konsumentom tylko usługi telefonii stacjonarnej, zawarcie z nią umowy może w tej sytuacji wiązać się z koniecznością zawarcia przez konsumenta jeszcze innej, dodatkowej umowy, aby mógł korzystać z poszczególnych usług, które do tej pory w całym pakiecie świadczył na jego rzecz dotychczasowy dostawca.

Negatywny wpływ na interesy ekonomiczne szerokiego kręgu konsumentów ma też zaniechanie Spółki polegające na sugerowaniu, że podawana w trakcie rozmowy telefonicznej kwota abonamentu obejmuje również Nielimitowane rozmowy, tj. usługę pakietu minut. W rzeczywistości pakiet minut jest dodatkową, odpłatną usługą, której cena może wynosić nawet 30 zł. Konsumenci często decydują się na skorzystanie z przedstawionej oferty, ponieważ są pewni, że abonament obejmuje Nielimitowane rozmowy. Tymczasem wliczenie pakietu minut do abonamentu może zwiększyć comiesięczne rachunki nawet o 100%. Podsumowując sugerowanie, że podawana w trakcie rozmowy telefonicznej kwota abonamentu obejmuje również Nielimitowane rozmowy, tj. usługę pakietu minut, może wpłynąć na podjęcie przez konsumentów decyzji, która może spowodować po ich stronie znaczne straty lub niekorzystne skutki.

Ponadto Spółka może obciążać konsumentów opłatami za dodatkowe usługi w postaci usługi dodatkowej określonej w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych,

prezentacji numeru CLIP i wykazu połączeń w formie wydruku, na których świadczenie nie uzyskała wyrażnej zgody. Opłata za każdą z tych usług wynosi 4,99 zł miesięcznie. W rezultacie obciążanie konsumentów opłatami za usługi dodatkowe, które nie zostały przez nich zamówione, mogą powodować znaczne straty lub niekorzystne skutki dla szerokiego kręgu konsumentów.

W ostatecznym rachunku skutkiem stosowania przez Spółkę zarzuconych jej praktyk jest postawienie konsumenta przed wyborem: albo ureguluje opłatę wyrównawczą w stosunku do Nasza S.A. (co spowoduje znaczną stratę po jego stronie) albo pozostanie abonentem Spółki, z którą nie zawarłby umowy, gdyby nie działał pod wpływem błędu (co stanowić będzie znaczne straty lub niekorzystne skutki dla szerokiego kręgu konsumentów, jako że często jest to związane z zapłatą opłaty wyrównawczej dla dotychczasowego operatora oraz wyższymi rachunkami). Przed takim wyborem stają wszyscy konsumenci, którzy mogli być wprowadzeni w błąd przez Przedsiębiorcę.

Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że w niniejszej sprawie spełnione zostały przesłanki niezbędne do zastosowania art. 73a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Orzeczono zatem jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 73a ust. 2 i art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 479²⁸ § 1 pkt 2 Ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz.U. z 2016 r., poz. 1822 ze zm.) od niniejszego postanowienia przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia jego doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.