

Anna Urbanek\*

## Przegląd decyzji Prezesa UOKiK dotyczących naruszeń zbiorowych interesów konsumentów w 2019 r. i I połowie 2020 r.

### Spis treści

- I. Wprowadzenie
- II. Naruszenia ustawy o nieuczciwych praktykach rynkowych
- III. Naruszenia ustawy o kredycie konsumenckim
- IV. Naruszenia ustawy – Prawo telekomunikacyjne
- V. Naruszenia ustawy o usługach płatniczych
- VI. Naruszenia ustawy o prawach konsumenta
- VII. Naruszenia innych wybranych aktów prawnych
- VIII. Wnioski

### Streszczenie

Niniejszy przegląd stanowi omówienie i komentarz do decyzji Prezesa UOKiK dotyczących naruszeń zbiorowych interesów konsumentów, wydanych w okresie od stycznia 2019 r. do czerwca 2020 r. Analizie poddano przypadki uchybienia przepisom wybranych ustaw regulujących świadczenie różnego rodzaju usług oraz prawa konsumentów w relacjach z przedsiębiorcami. W opracowaniu przedstawiono najczęściej stosowane przez przedsiębiorców praktyki, a także takie, które są szczególnie interesujące ze względu na wysokość kary określonej w decyzji lub medialny wydzźwięk danej sprawy.

**Słowa kluczowe:** Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów; zbiorowe interesy konsumentów; decyzje Prezesa UOKiK; ochrona konsumenta.

**JEL:** K12, K15, K42

## I. Wprowadzenie

Decyzje Prezesa UOKiK w przedmiocie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stanowią specyficzny instrument ochrony konsumenta z uwagi na złożoność procedury oraz różnicowany charakter ocenianych praktyk przedsiębiorców. Z jednej strony, postępowanie przed organem antymonopolowym jest swoistą hybrydą łączącą elementy procedury administracyjnej, cywilnej i karnej. Ten odrębny charakter postępowania można tłumaczyć zamiarem ustawodawcy

\* Doktorantka w Katedrze Europejskiego Prawa Gospodarczego WPiA UŁ; kontakt e-mail: [anna.urbanek@wpia.uni.lodz.pl](mailto:anna.urbanek@wpia.uni.lodz.pl); ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0042-4172>.

zwiększenia skuteczności działań Prezesa UOKiK (Sieradzka, 2016, s. VII). Z drugiej strony, przedmiotem rozstrzygnięć jest niezwykle szerokie spektrum naruszeń zbiorowych interesów konsumentów.

Podstawę decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może stanowić naruszenie przez przedsiębiorcę zakazu określonego w art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów<sup>1</sup>. W art. 24 ust. 2 uokik zdefiniowano taką praktykę jako sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy godzące w zbiorowe interesy konsumentów. Ustawodawca wskazał, że naruszające zbiorowe interesy konsumentów są w szczególności praktyki polegające na: naruszaniu obowiązku udzielania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji; misselling, czyli proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają ich potrzebom. Zgodnie z art. 25 uokik ochrona przewidziana w tej ustawie nie wyłącza ochrony wynikającej z innych ustaw.

Celem przeglądu jest przedstawienie zakresu naruszeń zbiorowych interesów konsumentów. W okresie od początku 2019 r. do połowy 2020 r. wydanych zostało 90 decyzji sankcjonujących praktyki przedsiębiorców<sup>2</sup>. Niniejszy przegląd stanowi autorski wybór części z nich, dokonany na podstawie częstotliwości występowania danego typu naruszenia, wysokości kary lub medialnego zainteresowania sprawą. Analizie poddano rozstrzygnięcia w przedmiocie naruszeń ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym<sup>3</sup>, ustawy o kredycie konsumenckim<sup>4</sup>, ustawy – Prawo telekomunikacyjne<sup>5</sup>, ustawy o usługach płatniczych<sup>6</sup> oraz ustawy o prawach konsumenta<sup>7</sup>. Dodatkowo osobno omówiono decyzje dotyczące niedopełnienia obowiązku informacyjnego w związku ze zbliżającym się terminem wygaśnięcia umowy ubezpieczenia oraz oferowania obligacji GetBack.

## II. Naruszenia ustawy o nieuczciwych praktykach rynkowych

Decyzje dotyczące stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych były zróżnicowane pod względem wymiaru kar i zakresu zobowiązań do usunięcia skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Nieprawidłowości dotyczyły m.in. reklam wprowadzających w błąd oraz stosowania odstępstw od dotychczasowych praktyk w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, a także informowania konsumentów, że przedsiębiorca jest przedstawicielem dotychczasowego, konkurencyjnego dostawcy usług.

Przykładowo, głośna medialnie sprawa koncernu *Volkswagen Group Polska Sp. z o.o.*<sup>8</sup> zakończyła się na początku 2020 r. nałożeniem kary finansowej w rekordowej wysokości ponad 120 mln zł. Przedsiębiorca został zobowiązany do poinformowania poszkodowanych konsumentów o treści decyzji oraz do jej publikacji na stronach internetowych. W decyzji Prezes UOKiK stwierdził stosowanie praktyk polegających na nieumyślnym wprowadzaniu w błąd co do cech pojazdów. Zakres rozstrzygnięcia został umotywowany stopniem zaangażowania spółki w publikowanie

<sup>1</sup> Ustawa z 16.07.2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. 2020, poz. 1076, t.j. z 22.06.2020 r.); dalej: uokik.

<sup>2</sup> [https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec\\_prez.nsf](https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf).

<sup>3</sup> Ustawa z 23.08.2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. 2017, poz. 2070, t.j. z 9.11.2017 r.); dalej: upnpr.

<sup>4</sup> Ustawa z 12.05.2011 r. o kredycie konsumenckim (Dz. U. 2019, poz. 1083, t.j. z 12.06.2019 r.); dalej: ukk.

<sup>5</sup> Ustawa z 16.07.2004 r. – Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. 2019, poz. 2460, t.j. z 20.12.2019 r.).

<sup>6</sup> Ustawa z 19.08.2011 r. o usługach płatniczych (Dz. U. 2020, poz. 794, t.j. z 4.05.2020 r.).

<sup>7</sup> Ustawa z 30.05.2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. 2020, poz. 287, t.j. z 21.02.2020 r.); dalej: upk.

<sup>8</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr DOZIK-2/2020 z 14.01.2020 r., w sprawie *Volkswagen Group Polska Sp. z o.o.*, decyzja nieprawomocna.

i dystrybuowanie w Polsce reklam wadliwych pojazdów<sup>9</sup>, z których wynikał ich prośrodowiskowy charakter<sup>10</sup>. W rzeczywistości samochody były wyposażane w silniki z „oprogramowaniem optymalizującym”, ograniczającym skuteczność działania układów kontrolujących emisję zanieczyszczeń. Podczas testów wydzywały mniej spalin niż w trakcie zwykłego użytkowania. Przedsiębiorca rozpowszechniał także wyniki sfałszowanych testów emisji zanieczyszczeń i wydanych na ich podstawie świadectw ekologiczności. Zdaniem Prezesa UOKiK, gdyby przeciętny konsument miał świadomość, że informacje na temat spełniania przez pojazdy dopuszczalnych norm emisji spalin nie są prawdziwe, mógłby podjąć inną decyzję dotyczącą transakcji<sup>11</sup>. Przedsiębiorca kierował do sprzedawców wytyczne sprzeczne z ich obowiązkami wynikającymi z rękojmi za wady rzeczy wskazanymi w art. 556 i nast. kodeksu cywilnego<sup>12</sup>. Co do zasady bowiem reklamacje konsumentów miały być uznawane za nieuzasadnione. Na mocy przepisów kodeksu cywilnego, rzecz sprzedana jest niezgodna z umową, jeżeli nie ma właściwości, o których istnieniu sprzedawca zapewnił kupującego, w tym przedstawiając próbkę lub wzór<sup>13</sup>. Stanowisko Prezesa UOKiK znajduje odzwierciedlenie w orzecznictwie SN, który w wyroku w sprawie II CSK 306/18 przeciwko *Volkswagen Group Polska Sp. z o.o.* stwierdził, że „za podstępne zatajenie wady jest uważane takie umyślne działanie sprzedawcy, które ma na celu utrudnienie wykrycia wady przez kupującego (...), a co najmniej sytuacja, w której sprzedawca, wiedząc o istnieniu wady, nie poinformował o niej kupującego”<sup>14</sup>.

Niedługo przed decyzją dotyczącą *Volkswagen Group Polska Sp. z o.o.* Prezes UOKiK rozstrzygnął sprawę *Cyfrowy Polsat S.A.*<sup>15</sup>. W wydanej w grudniu 2019 r. decyzji stwierdził naruszenie art. 4 ust. 1 upnpr przez utrudnianie w trakcie trwania Euro 2016 dostępu do kanałów transmitujących mistrzostwa. Przedsiębiorca usuwał wybrane kanały z listy automatycznego wyszukiwania programów dostępnych za pośrednictwem dekodera. W uzasadnieniu wskazano, że niewprowadzanie odstępstw od dotychczasowej, utartej praktyki stanowi przejaw dobrych obyczajów w stosunkach między przedsiębiorcą a konsumentami. Jeśli przez długi czas usługi świadczone są w sposób stały, konsument ma prawo oczekiwać, że standard ten będzie kontynuowany w przyszłości. W przypadku odstępstwa od dotychczasowej praktyki, aby postąpić zgodnie z dobrymi obyczajami, przedsiębiorca powinien poinformować o tym fakcie z odpowiednim wyprzedzeniem, w przystępny i zrozumiały sposób<sup>16</sup>. Zdaniem Prezesa UOKiK, w sprawie *Cyfrowy Polsat S.A.* konsumenci mogli oczekiwać, że będą mieli dostęp do programów na dotychczasowych warunkach, znajdowały się one bowiem w stałej ofercie i były dostępne przez długi czas. Choć po wprowadzeniu zmian dostęp do tych kanałów był co do zasady nadal możliwy za pomocą ręcznego wyszukiwania, w ocenie Prezesa UOKiK stanowiło to jednak dodatkowe utrudnienie dla konsumentów<sup>17</sup>. Praktyki *Cyfrowy Polsat S.A.* mogły wywierać wpływ na decyzje konsumentów o przedłużeniu umowy albo zawarciu nowej lub wykupieniu specjalnego pakietu, który umożliwiał

<sup>9</sup> Ibidem, s. 46.

<sup>10</sup> Ibidem, s. 52.

<sup>11</sup> Ibidem, s. 74.

<sup>12</sup> Ustawa z 23.04.1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. 2019, poz.1145, t.j. z 19.06.2019 r.); dalej: k.c.

<sup>13</sup> Art. 556<sup>1</sup> § 1 pkt 2 k.c.

<sup>14</sup> Wyr. Sądu Najwyższego z 3.07.2019 r., w sprawie II CSK 306/18.

<sup>15</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr DOZIK-8/2019 z 19.12.2019 r., w sprawie *Cyfrowy Polsat S.A.*, decyzja nieprawomocna.

<sup>16</sup> Ibidem, s. 27.

<sup>17</sup> Ibidem, s. 28–29.

dostęp do innych kanałów transmitujących mistrzostwa. W ten sposób przedsiębiorca wykorzystywał fakt, że niektórzy konsumenci nie wiedzieli, w jaki sposób ręcznie wyszukać usunięte programy<sup>18</sup>. Ponadto Cyfrowy Polsat S.A., odpowiadając na zgłoszenia dotyczące zmian w dostępności programów, nierzetelnie informował, na czym polegają wprowadzone zmiany i w jaki sposób można uzyskać do nich dostęp. Konsumenci nieposiadający specjalistycznej wiedzy rozumieli, że programy zostały zlikwidowane, a dostęp do nich przestał być możliwy. Jednocześnie, przedsiębiorca nie informował, że usunięcie tych kanałów z listy automatycznego wyszukiwania nie oznaczało całkowitej utraty dostępu. Zdaniem Prezesa UOKiK mogło to wprowadzać w błąd i wywoływać przekonanie, że odbiór programów nie jest możliwy w ramach zawartej umowy lub przy posiadanym sprzęcie<sup>19</sup>. Oprócz kary finansowej w wysokości prawie 35 mln zł, Prezes UOKiK nałożył na Cyfrowy Polsat S.A. obowiązek publikacji decyzji.

Z kolei praktyka stwierdzona w decyzji<sup>20</sup> w sprawie *Nowa Telefonía Sp. z o.o.* dotyczyła działań polegających na podszywaniu się pod dotychczasowego operatora podczas zawierania umowy w miejscu zamieszkania konsumenta. Przedstawiciele spółki wprowadzali w błąd co do swojej tożsamości sugerując, że reprezentują doczasowego dostawcę, który oferuje im zmianę warunków umowy. Przedsiębiorca zobowiązał się m.in. do wypłaty poszkodowanym konsumentom rekompensaty w wysokości 60 zł, pozytywnego rozpatrzenia skarg i reklamacji oraz zwrotu zapłaconych kar naliczonych konsumentom, którzy rozwiązali umowę.

### III. Naruszenia ustawy o kredycie konsumenckim

Postępowania prowadzone przez Prezesa UOKiK dotyczyły również naruszania art. 49 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim. Zgodnie z tym przepisem, w przypadku spłaty całości kredytu przed terminem określonym w umowie, jego całkowity koszt ulega obniżeniu o koszty dotyczące okresu, o który skrócono czas obowiązywania umowy, chociażby konsument poniósł je przed tą spłatą.

W sprawie *PROFI CREDIT Polska S.A.*<sup>21</sup> całkowity koszt pożyczki nie był obniżany o koszt opłaty przygotowawczej za okres, o jaki skrócono czas obowiązywania umowy. Z kolei w sprawie *Euroexpert Sp. z o.o.*<sup>22</sup>, spółka nie obniżała całkowitego kosztu kredytu o odpowiednią wartość pobranej prowizji, przypadającej na spłacaną wcześniej część całkowitej kwoty kredytu. Natomiast w sprawie *iCredit Sp. z o.o.*<sup>23</sup> przedsiębiorca nie dokonywał obniżenia całkowitego kosztu kredytu aż o 6 opłat, w tym za badanie zdolności kredytowej oraz doręczenie formularza wniosku pożyczkowego do miejsca zamieszkania konsumenta. Ponadto iCredit Sp. z o.o. proponowała konsumentom umowy pożyczki z obowiązkowym zabezpieczeniem w postaci poręczenia. W przypadku nieprzedstawienia umowy poręczenia w terminie 3 dni od daty podpisania umowy o kredyt, przedsiębiorca nakładał kary umowne. Jednocześnie iCredit Sp. z o.o. nie uzależniał wypłaty pożyczki bądź kontynuacji umowy od terminowego ustanowienia zabezpieczenia. Tym samym, pożyczki były udzielane pomimo braku wymaganego przez samego przedsiębiorcę poręczenia.

<sup>18</sup> Ibidem, s. 30.

<sup>19</sup> Ibidem, s. 32.

<sup>20</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr RKR-2/2019 z 20.08.2019 r., w sprawie z *Nowa Telefonía Sp. z o.o.*, decyzja prawomocna.

<sup>21</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr RWR-4/2020 z 19.06.2020 r., w sprawie *PROFI CREDIT Polska S.A.*, decyzja prawomocna.

<sup>22</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr RGD-2/2020 z 22.04.2020 r., w sprawie *Euroexpert Sp. z o.o.*, decyzja prawomocna.

<sup>23</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr RLO-5/2019 z 2.10.2019 r., w sprawie *iCredit Sp. z o.o.*, decyzja nieprawomocna.

W ocenie Prezesa UOKiK takie praktyki utrudniały konsumentom prawidłową ocenę warunków umowy, ponieważ mogły skłaniać do jej zawarcia bez ustanowienia zabezpieczenia, a tym samym bez ostatecznej pewności co do faktycznej możliwości spłaty. Brak konsekwencji w działaniach spółki mógł również wywierać wpływ na zachowanie rynkowe konsumentów. Kontynuowanie umowy na niezmienionych warunkach w przypadku braku ustanowienia zabezpieczenia sugerowało, że poręczenie nie ma znaczenia dla realizacji umowy, a spółka nie stwierdziła ryzyka niewypłacalności konsumenta. Mimo występującego po stronie konsumenta zagrożenia nadmiernego zadłużenia takie praktyki mogły, zdaniem Prezesa UOKiK, skłaniać do podpisywania umów ze spółką<sup>24</sup>.

#### IV. Naruszenia ustawy – Prawo telekomunikacyjne

Konsumenci na rynku usług telekomunikacyjnych w analizowanym okresie zmagali się m.in. z uciążliwymi reklamami, na które nie wyrazili zgody. Oprócz tego przedsiębiorcy stosowali praktyki utrudniające abonentom skorzystanie z prawa do zmiany dostawcy usług telekomunikacyjnych.

W decyzji w sprawie *ARSTELE Sp. z o.o.*<sup>25</sup> Prezes UOKiK stwierdził naruszenie art. 172 ust. 1 ustawy – Prawo telekomunikacyjne, zgodnie z którym zakazane jest używanie urządzeń telekomunikacyjnych i automatycznych systemów wywołujących dla celów marketingu bezpośredniego bez uprzedniej zgody abonenta lub użytkownika. Jak stwierdził Prezes, uzyskanie uprzedniej zgody na kontakt marketingowy należy rozumieć w ten sposób, że jakiegokolwiek działanie przedsiębiorcy mające na celu zdobycie zgody konsumenta powinno poprzedzać nie tylko sam kontakt marketingowy, ale też skorzystanie z urządzenia telekomunikacyjnego lub automatycznego systemu wywołującego dla celów marketingu bezpośredniego<sup>26</sup>. W związku tym, przedsiębiorcy nie mogą pytać konsumentów o zgodę na stosowanie wobec nich marketingu bezpośredniego np. na początku rozmowy telefonicznej. Każdorazowo należy wcześniej uzyskać zgodę na taki kontakt.

Podobną argumentację przyjął Prezes UOKiK w decyzji w sprawie *Smak i Zdrowie Sp. z o.o. sp. k.*<sup>27</sup> (wcześniej *Philipiak Polska S.A. sp. k.*). Spółka zlecała innemu przedsiębiorcy, aby w jej imieniu kontaktował się telefonicznie z konsumentami i zapraszał na pokazy naczyń do gotowania. Konsumenci nie wyrazili wcześniejszej zgody na stosowanie wobec nich marketingu bezpośredniego. W decyzji Prezes powołał się na orzecznictwo SN, zgodnie z którym obowiązek uzyskania zgody abonenta lub użytkownika na stosowanie marketingu bezpośredniego obciąża przedsiębiorcę zlecającego użycie systemów wywołujących i urządzeń telekomunikacyjnych innemu przedsiębiorcy<sup>28</sup>.

Z kolei na początku 2020 r. Prezes UOKiK wydał decyzję w sprawie *Polkomtel Sp. z o.o.*<sup>29</sup>. Regulamin usług świadczonych przez spółkę przewidywał, że niewykorzystane środki na karcie po upływie określonego terminu przepadają, jeśli konsument ponownie nie doładuje konta. Ich odzyskanie było możliwe wyłącznie przez złożenie reklamacji, jednak bez możliwości otrzymania zwrotu w gotówce, ponieważ pieniądze trafiały z powrotem na kartę. W ten sposób

<sup>24</sup> Ibidem, s. 43.

<sup>25</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr RPZ-9/2019 z 13.09.2020 r., w sprawie *ARSTELE Sp. z o.o.*, decyzja nieprawomocna.

<sup>26</sup> Ibidem, s. 9–10.

<sup>27</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr DOZIK-1/2019 z 6.03.2019 r., w sprawie *Smak i Zdrowie Sp. z o.o. sp. k.*, decyzja nieprawomocna.

<sup>28</sup> Uchwała Sądu Najwyższego z 17.02.2016 r., w sprawie III SZP 7/15.

<sup>29</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr DOZIK-3/2020 z 22.01.2020 r., w sprawie *Polkomtel Sp. z o.o.*, decyzja nieprawomocna.

Polkomtel Sp. z o.o. utrudniał konsumentom zmianę operatora. Działania spółki obejmowały naruszenie art. 57 ust. 5 ustawy – Prawo telekomunikacyjne, który stanowi, że warunki umowy o świadczenie publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, w tym o zapewnienie przyłączenia do sieci, nie mogą uniemożliwiać lub utrudniać abonentowi korzystania z prawa do zmiany dostawcy usług świadczącego publicznie dostępne usługi telekomunikacyjne. Takie utrudnienia mogą mieć charakter finansowy, organizacyjny oraz dotyczyć innych aspektów, od których konsumenci uzależniają wybór dostawcy usług<sup>30</sup>. Zdaniem Prezesa UOKiK, w sprawie *Polkomtel Sp. z o.o.* utrudnienia miały charakter finansowy, ponieważ konsument, mając do wyboru nowego dostawcę i utratę zablokowanych na koncie środków albo doładowanie konta i odzyskanie do ponownego wykorzystania pieniędzy, zdecyduje się na to drugie<sup>31</sup>. W tym względzie Prezes wyjaśnił, że dla oceny charakteru utrudnienia nie ma znaczenia, iż konsumenci byli informowani przez sms o upływie okresu ważności konta i blokadzie środków. Ponadto przedsiębiorca nie może usprawiedliwiać zwrotu niewykorzystanych środków z powrotem na konto swoimi możliwościami organizacyjnymi. Jego obowiązkiem jest bowiem odpowiednie zorganizowanie działalności tak, aby pozostawała ona w zgodzie z obowiązującym prawem<sup>32</sup>. W związku z tym Prezes UOKiK nałożył karę finansową w wysokości prawie 22,5 mln zł.

## V. Naruszenia ustawy o usługach płatniczych

Postępowania toczące się przed Prezesem UOKiK dotyczyły m.in. informowania konsumentów o proponowanych zmianach warunków umowy za pośrednictwem wiadomości przesyłanych w ramach systemu bankowości elektronicznej, które nie stanowią trwałego nośnika w rozumieniu art. 2 pkt 30 ustawy o usługach płatniczych<sup>33</sup>. Zgodnie z tym przepisem, trwałe nośnik zapewnia użytkownikowi przechowywanie informacji w sposób umożliwiający dostęp do nich przez okres odpowiedni do celów sporządzenia tych informacji i pozwalający na ich odtworzenie w niezminionej postaci<sup>34</sup>.

Zarówno w decyzji dotyczącej sprawy *Bank BGŻ BNP Paribas S.A.*<sup>35</sup>, jak i decyzji w sprawie *mBank S.A.*<sup>36</sup> zostały przyjęte zobowiązania przedsiębiorców do usunięcia trwających skutków naruszenia polegające m.in. na możliwości podpisania aneksu do umowy i przyznania rekompensaty finansowej (BGŻ BNP Paribas S.A.) oraz zwrotu korzyści uzyskanych na podstawie umów o usługi płatnicze (mBank S.A.). Uzasadniając obie decyzje, Prezes UOKiK odniósł się do wykładni pojęcia „trwałego nośnika” w rozumieniu dyrektywy o usługach płatniczych<sup>37</sup>. Z orzecznictwa TS wynika, że aby serwis internetowy banku i obsługiwana przez niego poczta elektroniczna uznać za trwałe nośnik, należy wykluczyć możliwość wszelkiej jednostronnej zmiany treści przez dostawcę usług płatniczych lub innego przedsiębiorcę, któremu powierzy się zarządzanie tą stroną.

<sup>30</sup> Wyr. SOKiK z 4.06.2018 r., w sprawie XVII AmA 36/15.

<sup>31</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr DOZIK-3/2020, s. 19–20.

<sup>32</sup> Ibidem, s. 20–21.

<sup>33</sup> Ustawa z 19.08.2011 r. o usługach płatniczych (Dz. U. 2020, poz. 794, t.j. z 4.05.2020 r.).

<sup>34</sup> Por. art. 5 pkt 17 ukk.

<sup>35</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr RBG-4/2019 z 22.02.2019 r., w sprawie *Bank BGŻ BNP Paribas S.A.*, decyzja prawomocna.

<sup>36</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr RBG-6/2019 z 29.03.2019 r., w sprawie *mBank S.A.*, decyzja prawomocna.

<sup>37</sup> Art. 4 pkt 35 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2366 z 25.11.2015 r. w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego, zmieniająca dyrektywy 2002/65/WE, 2009/110/WE, 2013/36/UE i rozporządzenie (UE) nr 1093/2010 oraz uchylająca dyrektywę 2007/64/WE (Dz. Urz. UE 2015 L 337/35).

Ponadto informacje muszą zostać dostarczone, a nie jedynie udostępnione na stronie internetowej. W związku z tym przedsiębiorca powinien podać do wiadomości konsumenta fakt istnienia i dostępność tych informacji na stronie<sup>38</sup>.

## VI. Naruszenia ustawy o prawach konsumenta

Naruszenia ustawy o prawach konsumenta dotyczyły często naliczania przez przedsiębiorców dodatkowych płatności. Zgodnie z art. 10 upk najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli zawarcia umowy przedsiębiorca ma obowiązek uzyskać jego wyraźną zgodę na każdą dodatkową płatność wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie. Uznanie zgody za skutecznie udzieloną jest możliwe wyłącznie, gdy obejmuje one wysokość danej płatności albo obiektywne podstawy do jej obliczenia. Ponadto konsument powinien wyrazić zgodę na warunki powstania obowiązku uiszczenia płatności (Czech, 2020, art. 10).

Decyzja w sprawie *Polkomtel Sp. z o.o.*<sup>39</sup> dotyczyła dziewięciu usług niewliczanych do kwoty abonamentu, uruchamianych automatycznie przy podpisaniu umowy. Po upływie określonego czasu konsument musiał albo z nich zrezygnować, albo uiszczać dodatkowe opłaty. Kara finansowa wyniosła ponad 39 tys. zł. W uzasadnieniu decyzji wskazano, że o dodatkowym charakterze określonej płatności decyduje przede wszystkim to, czy wykracza ona poza kwotę miesięcznego abonamentu. Każda płatność za usługę wykraczająca poza zobowiązanie abonamentowe wymaga uzyskania wcześniejszej wyraźnej zgody<sup>40</sup>. Z orzecznictwa SOKiK wynika, że „zgoda konsumenta będzie wyraźna wtedy, gdy będzie stanowić przejaw aktywnego działania konsumenta, który powinien być świadomy faktu udzielania zgody, jej przedmiotu i zakresu i w związku z tym podjął pewne działania, np. przez zaznaczenie odpowiedniego pola na stronie internetowej, w odpowiednim formularzu itp. Zgodnie bowiem art. 10 ust. 2 wyraźną zgodą nie będzie skorzystanie przez przedsiębiorcę z domyślnych opcji, które konsument musi odrzucić w celu uniknięcia wyrażenia swojej akceptacji”<sup>41</sup>.

W sprawie *eSky.pl S.A.*<sup>42</sup>, spółka stosowała opcje automatycznego i domyślnego zaznaczania przez przedsiębiorcę zgody na zakup dodatkowej, płatnej usługi ubezpieczenia (*opt-out*) podczas zakupu biletu lotniczego za pośrednictwem swojej strony internetowej. Jeśli konsument nie był zainteresowany dodatkowym, płatnym ubezpieczeniem, musiał odznaczyć wyrażoną automatycznie zgodę. Zdaniem Prezesa UOKiK stanowiło to naruszenie art. 10 upk oraz art. 23 ust. 1 rozporządzenia nr 1008/2008 w sprawie wspólnych zasad wykonywania przewozów lotniczych<sup>43</sup>. Zgodnie z art. 23 ust. 1 rozporządzenia nr 1008/2008 publicznie dostępne taryfy i stawki lotnicze zawierają obowiązujące warunki przewozów lotniczych. Ostateczna cena jest zawsze wskazywana i zawiera obowiązujące taryfy i stawki, a także wszystkie inne należne opłaty możliwe do przewidzenia w chwili publikacji. Informacje o opcjonalnych dopłatach muszą być przekazywane w sposób wyraźny, przejrzysty i jednoznaczny na początku rezerwacji, a zgoda klienta jest

<sup>38</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr RBG-4/2019, s. 14–15; dec. Prezesa UOKiK nr RBG-6/2019, s. 21; zob. wyr. TS z 25.01.2017 w sprawie C-375/15, *BAWAG PSK Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG v. Verein für Konsumenteninformation*, ECLI:EU:C:2017:38, pkt 50.

<sup>39</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr DOZIK-2/2019 z 29.04.2019 r., w sprawie *Polkomtel Sp. z o.o.*, decyzja nieprawomocna.

<sup>40</sup> *Ibidem*, s. 37.

<sup>41</sup> Wyr. SOKiK z 1.07.2019 r., w sprawie XVII AmA 18/17.

<sup>42</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr DOZIK-5/2019 z 20.09.2019 r., w sprawie *eSky.pl S.A.*, decyzja prawomocna.

<sup>43</sup> Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1008/2008 z 24.09.2008 r. w sprawie wspólnych zasad wykonywania przewozów lotniczych na terenie Wspólnoty (Dz. Urz. UE 2008 L 293/3).

wyrażana na zasadzie opcjonalnej (*opt-in*). Wykładnia art. 23 ust. 1 rozporządzenia nr 1008/2008 była już przedmiotem rozstrzygnięć TS<sup>44</sup>. Opcjonalne dopłaty do ceny należy interpretować w ten sposób, że obejmują one koszty związane z przewozem lotniczym, które powstają w związku z usługami, takimi jak ubezpieczenie od kosztów rezygnacji, świadczonymi przez inny podmiot niż przewoźnik lotniczy i naliczane klientowi przez sprzedawcę tego przewozu lotniczego razem z ceną przelotu<sup>45</sup>.

Jak wskazał Prezes UOKiK, wymóg wyrażania zgody na zasadzie *opt-in* dla dopłat opcjonalnych umożliwi konsumentom samodzielne i wyraźne podjęcie decyzji o nabyciu dodatkowych usług, które nie są nieuniknione i konieczne do skorzystania z przewozu lotniczego<sup>46</sup>. Ponadto można odnieść ten wymóg do warunku sformułowanego w art. 22 dyrektywy 2011/83/UE o prawach konsumentów<sup>47</sup> wskazującego, że zanim konsument zostanie związany umową lub ofertą, przedsiębiorca powinien uzyskać wyraźną zgodę konsumenta na każdą dodatkową płatność należną oprócz uzgodnionego wynagrodzenia za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy<sup>48</sup>.

## VII. Naruszenia innych wybranych aktów prawnych

Na uwagę zasługuje decyzja w sprawie *TUZ Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych*<sup>49</sup>, która dotyczyła naruszania obowiązku wysyłania informacji o ubezpieczeniu i wysokości składki na kolejny okres przed upływem okresu obowiązywania umowy ubezpieczenia OC. Zgodnie z art. 28 ust. 1b ustawy o ubezpieczeniach obowiązkowych<sup>50</sup> ubezpieczyciel jest zobowiązany do poinformowania o ubezpieczeniu na kolejny okres ubezpieczenia, nie później niż 14 dni przed upływem okresu 12 miesięcy, na który umowa została zawarta. Otwarty katalog elementów, z których taka informacja powinna się składać został wskazany art. 28 ust. 1c tej ustawy. W szczególności należy poinformować ubezpieczającego o: wysokości składki ubezpieczeniowej w przypadku, gdy dojdzie do zawarcia następnej umowy; możliwości zmiany wysokości składki, jeśli wyjdą na jaw okoliczności, które mają wpływ na tę wysokość; prawie wypowiedzenia dotychczasowej umowy oraz o formie i terminie złożenia tego wypowiedzenia; skutkach tego wypowiedzenia lub jego braku. Jednak TUZ TUW przesyłało do konsumentów jedynie informację o treści: „W celu uzyskania informacji o aktualnej ofercie zawierającej wysokość składki na kolejny okres ubezpieczenia, prosimy o kontakt z agentem, który zawarł wyżej wskazaną umowę ubezpieczenia”. Zaniechanie przekazywania danych o wysokości składki i okolicznościach, których ujawnienie może wpłynąć na zmianę jej wysokości mogło, w ocenie Prezesa UOKiK, skutkować niepodjęciem przez konsu-

<sup>44</sup> Zob. wyr. TS z 19.07.2012 r. w sprawie C-112/11 *ebookers.com Deutschland GmbH v. Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV*, ECLI:EU:C:2012:487; wyr. TS z 15.01.2015 r. w sprawie C-573/13 *Air Berlin plc & Co. Luftverkehrs KG v. Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.*, ECLI:EU:C:2015:11; wyr. TS z 6.07.2017 r. w sprawie C-290/16 *Air Berlin plc & Co. Luftverkehrs KG v. Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV*, ECLI:EU:C:2017:523.

<sup>45</sup> Wyr. TS z 19.07.2012 r. w sprawie C-112/11, pkt 11.

<sup>46</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr DOZIK-5/2019, s. 12.

<sup>47</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2011/83/UE z 25.10.2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz. Urz. UE 2011 L 304/64).

<sup>48</sup> Zob. dec. Prezesa UOKiK nr DOZIK-5/2019, s. 12.

<sup>49</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr DOZIK-10/2019 z 30.12.2019 r., w sprawie *TUZ Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych*, decyzja prawomocna.

<sup>50</sup> Ustawa z 22.05.2003 r. o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnym i Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych (Dz. U. 2019, poz. 2214, t.j. z 15.11.2019 r.).



menta decyzji o wypowiedzeniu umowy. Tym samym, ubezpieczyciel nie wywiązał się z obowiązku informacyjnego, którego celem jest zapobieganie występowania podwójnego ubezpieczenia<sup>51</sup>. Ponadto dochowanie obowiązku informacyjnego, a w konsekwencji umożliwienie konsumentowi świadomego podjęcia decyzji co do zmiany ubezpieczyciela ma istotne znaczenie z uwagi na termin wypowiedzenia umowy. Jeśli konsument nie jest zadowolony z usług dotychczasowego ubezpieczyciela i chce zawrzeć umowę z innym, musi najpóźniej w dniu poprzedzającym upływ okresu ubezpieczenia powiadomić o tym dotychczasowego ubezpieczyciela. W innym wypadku umowa automatycznie przedłuża się na kolejne 12 miesięcy<sup>52</sup>. W trakcie trwania stosunku umownego można wypowiedzieć tylko taką umowę, która została przedłużona w sposób milczący, o ile doszło do zawarcia umowy także z innym zakładem ubezpieczeń<sup>53</sup>.

Rynek finansowy jest jednym z bardziej newralgicznych sektorów gospodarki. Ze względu na stopień skomplikowania usług oferowanych przez instytucje finansowe, występuje w nim szereg zagrożeń dla konsumentów. Znajduje to odzwierciedlenie również w decyzjach Prezesa UOKiK, które dotyczyły m.in. stosowania przez przedsiębiorców *missellingu*. Zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 4 uokik zakazane jest naruszanie zbiorowych interesów konsumentów przez praktyki polegające na proponowaniu konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają ich potrzebom ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru. W sprawie *Idea Bank S.A.*<sup>54</sup> został nałożony obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, właśnie za stosowanie tego rodzaju praktyk. Spółka proponowała swoim i potencjalnym klientom nabywanie obligacji GetBack, mimo że warunki ich emisji w zakresie ryzyka inwestycyjnego nie odpowiadały potrzebom konsumentów. Na tej podstawie *Idea Bank S.A.* została zobowiązana do wypłaty konsumentom, którzy nabyli na skutek jej rekomendacji obligacje GetBack, rekompensaty w wysokości 20% zainwestowanych środków, liczoną dla kwoty do 50 tys. zł, czyli standardowej opłaty za możliwość wzięcia udziału w emisji obligacji. Uzasadniając decyzję, Prezes wskazał, że oceniając stosowanie przez przedsiębiorcę *missellingu*, należy brać pod uwagę zachowanie przedsiębiorcy polegające na proponowaniu usług finansowych oraz niedopasowanie tych usług do potrzeb konsumentów ze względu na ich cechy, o których przedsiębiorca wiedział<sup>55</sup>. Z ustaleń poczynionych w toku postępowania wynikało, że sprzedawcy udzielali informacji fragmentarycznie, podkreślając przede wszystkim, że decyzję należy podjąć szybko z uwagi na duże zainteresowanie obligacjami GetBack<sup>56</sup>. Ponadto, zdaniem Prezesa UOKiK, analizując cele i potrzeby konsumenta spółka powinna brać pod uwagę jedynie jego wyraźną wolę zakupu obligacji obciążonych takim ryzykiem. W żadnym razie nie należy interpretować z wypowiedzi konsumenta takiej chęci ani tym bardziej sztucznie ją kreować przez dodatkowe reklamowanie obligacji. *Idea Bank S.A.* powinien także odpowiednio wyważyć potrzebę bezpieczeństwa środków finansowych konsumenta i potrzebę osiągnięcia zysku<sup>57</sup>.

<sup>51</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr DOZIK-10/2019, s. 13–14.

<sup>52</sup> Wyr. Sądu Okręgowego w Białymstoku z 11.12.2013 r., w sprawie II Ca 1088/13.

<sup>53</sup> Wyr. Sądu Rejonowego w Toruniu z 25.02.2020 r. V GC 2519/19.

<sup>54</sup> Dec. Prezesa UOKiK nr RBG-1/2020 z 3.02.2020 r., w sprawie *Idea Bank S.A.*, decyzja nieprawomocna.

<sup>55</sup> *Ibidem*, s. 22.

<sup>56</sup> *Ibidem*, s. 24.

<sup>57</sup> *Ibidem*, s. 29.

Wynika to z faktu, że często ewentualne zagrożenia na rynku usług finansowych nie dotyczą cech tych usług, lecz są konsekwencją oferowania ich niewłaściwej grupie konsumentów (Jurkowska-Zeidler, 2016, s. 207).

## VIII. Wnioski

Analiza rozstrzygnięć Prezesa UOKiK w przedmiocie naruszania zbiorowych interesów konsumentów prowadzi do kilku wniosków. Przede wszystkim należy pozytywnie ocenić wysokość kar finansowych oraz wymiar pozostałych zobowiązań. Uważam, że odpowiadają one zakresowi i wadze praktyk stosowanych przez przedsiębiorców. Przyjmowanie zobowiązań do samodzielnej próby rekompensaty poszkodowanym konsumentom w postaci usunięcia skutków naruszania może usprawnić działania organu antymonopolowego. Świadczy to również o tym, że surowość kar nakładanych w decyzjach Prezesa UOKiK jest na tyle odstrasżająca, że skłania przedsiębiorców do proponowania własnych rozwiązań prowadzących do wyeliminowania z rynku negatywnych skutków ich praktyk.

## Bibliografia

- Czech, T. (2020). *Prawa konsumenta. Komentarz*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- Jurkowska-Zeidler, A. (2016). Konsekwencje zmian w systemie ochrony konsumenta usług finansowych. *Gdańskie Studia Prawnicze*, XXXVI.
- Sieradzka, M. (2016). *Charakter prawny postępowania i rodzaje rozstrzygnięć wydawanych w postępowaniu w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.