



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

DOZIK-6.610.1.2021.MO

Warszawa, 14 grudnia 2021 r.

Wersja jawna

(tajemnice przedsiębiorstwa i inne informacje prawnie chronione oznaczono [***])

DECYZJA Nr DOZIK 13/2021

I.

Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, że Orange Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegające na:

1.1.

naruszaniu obowiązku czytelnego oznaczania w powiadomieniach wysyłanych na telefony konsumentów przycisku służącego do złożenia zamówienia płatnych usług nietelekomunikacyjnych: „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL” słowami „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” lub innym równoważnym sformułowaniem, co może być sprzeczne z art. 17 ust. 3 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287 z późn. zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów,

1.2.

nieprzekazywaniu konsumentom potwierdzenia warunków zawarcia umowy świadczenia płatnych usług nietelekomunikacyjnych: „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza”, „Zabezpiecz PESEL” na trwałym nośniku, co może być sprzeczne z art. 21 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287 z późn. zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów,



1.3.

nieprzekazywaniu konsumentom potwierdzenia warunków zawarcia umowy świadczenia usługi „Zamów z Orange” na trwałym nośniku, co może być sprzeczne z art. 39 ust. 3 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287 z późn. zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów,

1.4.

udzielaniu niepełnych odpowiedzi na reklamacje konsumentów, którzy skorzystali z usługi „Zamów z Orange”, poprzez brak merytorycznego odniesienia się do zastrzeżeń konsumentów lub udzielanie niepełnej informacji o tej usłudze i okolicznościach jej świadczenia, co może utrudniać konsumentom prawidłowe korzystanie z tej usługi i dochodzenie roszczeń, a przez to może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. 2017 r. poz. 2070) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 pkt ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów

po zobowiązaniu się przez Orange S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej również: „Spółka”, „Orange Polska” lub „Przedsiębiorca”) do podjęcia działań zmierzających do zakończenia ww. naruszeń oraz usunięcia ich skutków, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na **Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie** obowiązek wykonania zobowiązania do:

2.1.

przekazywania konsumentom potwierdzenia warunków zawarcia umowy świadczenia usługi „Zamów z Orange”, płatnych usług niefonowych „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza”, „Zabezpiecz PESEL” oraz innych usług niefonowych oferowanych w przyszłości na trwałym nośniku

w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji.

2.2.

wprowadzenia zmian w sposobie uruchamiania płatnych usług niefonowych „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL” oraz innych usług niefonowych oferowanych w przyszłości poprzez niewykorzystywanie kanału aktywacji polegającego na przesyłaniu powiadomienia (komunikatu) na numer telefonu konsumenta, tzw. SMS Flash

w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji.

2.3.

przyjęcia specjalnej procedury monitorowania i eliminacji nieprawidłowości w zakresie płatnych usług niefonowych „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń Dzieci w Sieci”,



„Nawigacja Orange”, „CyberTarcza”, „Zabezpiecz PESEL”, innych usług niefonowych oferowanych w przyszłości oraz usług lub treści cyfrowych aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange”, w ramach której Spółka:

- a) wprowadzi w systemach obsługi reklamacji znaczniki kodowania pozwalające zidentyfikować w systemach informatycznych Spółki reklamacje dotyczące ww. usług obejmujące:
 - i. kategorie - rodzaj zgłoszenia (reklamacja),
 - ii. typ - obszar, którego dotyczy reklamacja (zarządzanie kontem/usługami),
 - iii. podtyp - przedmiot reklamacji (usługi dodatkowe),

- b) będzie monitorowała liczbę otrzymywanych reklamacji przez sporządzanie cyklicznych raportów miesięcznych wskazujących na liczby wpływających reklamacji, sporządzanych w oparciu o następujące informacje:
 - i. ogólną liczbę reklamacji dotyczących ww. płatnych usług niefonowych oraz usług lub treści cyfrowych aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” w danym miesiącu,
 - ii. wzrost lub spadek liczby reklamacji (w zestawieniu do poprzedniego miesiąca/roku / kwartału),
 - iii. liczbę reklamacji w odniesieniu do konkretnej usługi niefonowej oraz usług lub treści cyfrowych aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” (identyfikowanych po nazwie usługi dodatkowe),
 - iv. plan taryfowy numeru, którego dotyczy reklamacja/ reklamacje,
 - v. status zamknięcia/rezultat/ decyzja reklamacyjna (pozytywna czy negatywna),
 - vi. kanał wpływu zgłoszenia,
 - vii. treść zgłoszenia i treść odpowiedzi,
 - viii. kwotę uznanych roszczeń.

- c) na podstawie danych zawartych w raportach, o których mowa w punkcie powyżej, będzie identyfikowała i eliminowała przyczyny wzmożonej liczby skarg dotyczących konkretnych usług niefonowych oraz usług lub treści cyfrowych aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” (tj. w przypadku gdy na daną usługę lub treść cyfrową odnotowano wzrost zgłoszeń o 10% w porównaniu z analogicznym miesięcznym okresem wcześniejszym; zaś w przypadku braku reklamacji w okresie wcześniejszym, działania zostaną podjęte gdy odnotowano 10 reklamacji lub więcej) poprzez:
 - i. dokonywanie ponownej weryfikacji treści reklamacji konsumentów, w tym wskazywanych okoliczność oraz udzielonych odpowiedzi na reklamacje,
 - ii. analizę przyczyny wzrostu reklamacji,
 - iii. weryfikację procesu zakupowego,
 - iv. weryfikację standardów sprzedażowych,



- v. przygotowanie planu naprawczego
- d) na podstawie działań wskazanych w pkt 1.2.3.c) rozstrzygnięcia decyzji, w zależności od przyczyny wzmożonej liczby skarg dotyczących konkretnych usług niatelekomunikacyjnych oraz usług lub treści cyfrowych aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange”, będzie podejmowała następujące działania:
- i. dokonywanie korekty opłat poniesionych przez konsumentów oraz wdrożenie poprawek dla systemu rozliczeniowego - w przypadku błędu systemowego powodującego błędnie naliczoną opłatę lub w przypadku błędnego rozpatrzenia reklamacji,
 - ii. modyfikacje artykułów w bazie wiedzy oraz standardu obsługi reklamacji dla doradców abonentów Spółki,
 - iii. modyfikacje procesu zakupowego, treści komunikatów/ SMS wysyłanych do konsumentów,
 - iv. kontakt z kontrahentami Spółki (w tym skutkujący zobowiązaniem przez Spółkę do złożenia wyjaśnień, niezwłocznego usunięcia nieprawidłowości oraz zmianą zasad współpracy)
- e) w przypadku braku realizacji przez kontrahentów zobowiązania, o którym mowa w pkt 1.2.3. d) iv. rozstrzygnięcia decyzji, wypowie umowę z danym kontrahentem lub zawiesi możliwości korzystania z danego serwisu przez konsumentów po upływie terminu 3 dni roboczych, licząc od dnia, w którym kontrahent miał wykonać zobowiązanie, o którym mowa w punkcie powyżej,
- f) w przypadku stwierdzenia w toku przeprowadzonej analizy, że działania wskazane w pkt 1.2.3. c) i d) rozstrzygnięcia decyzji nie doprowadzą do wyeliminowania nieprawidłowości, Spółka wypowie umowę z kontrahentem w terminie nie dłuższym niż 3 miesiące (po uprzednim zablokowaniu możliwości korzystania z serwisu, o czym mowa w punkcie powyżej),
- g) w przypadku stwierdzenia w toku przeprowadzonej analizy, że nieprawidłowości są znaczne (np. w sprawie mogło dojść do oszustwa, wprowadzenia w błąd na etapie aktywacji usługi) lub stwierdzone nieprawidłowości nie są możliwe do natychmiastowego wyeliminowania, Spółka zablokuje możliwości aktywacji usługi lub treści cyfrowej z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” w czasie nie dłuższym niż 24 godziny w dni robocze,

w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji.

2.4.

Zmiany sposobu udzielania odpowiedzi na reklamacje w ten sposób, że Spółka każdorazowo w odpowiedzi na reklamację konsumenta dotyczącą usług lub treści cyfrowych



aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange”:

- a) będzie przekazywać pełne informacje o usługach lub treściach cyfrowych aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” poprzez wskazanie ich nazwy, dostawcy oraz charakteru [usługa jednorazowa/cykliczna (subskrypcja)],
- b) będzie przekazywać informację, że jest to usługa lub treść cyfrowa zakupiona w ramach usługi „Zamów z Orange” wraz ze wskazaniem podmiotu, który świadczy ww. usługę konsumentom,
- c) będzie informować o sposobie aktywacji danej usługi lub treści cyfrowej,
- d) będzie informować o sposobie dezaktywacji danej usługi lub treści cyfrowej (opartej o subskrypcję),
- e) będzie informować o możliwości i sposobie dokonania blokady usługi „Zamów z Orange”,
- f) będzie wskazywać na link do strony wskazanej w pkt. 1.2.7 rozstrzygnięcia decyzji

w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji.

2.5.

Zmiany trybu rozpatrywania reklamacji dotyczących płatnych usług niefunkcyjnych „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń Dzieci w Sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza”, „Zabezpiecz PESEL” oraz usług lub treści cyfrowych aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” poprzez utworzenie zespołu doradców dedykowanych ww. usługom lub treściom cyfrowym, którzy to doradcy w toku postępowania reklamacyjnego każdorazowo przekazywać będą informacje, o których mowa w pkt 1.2.4 rozstrzygnięcia decyzji

w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji.

2.6.

Pozytywnego rozpatrywania reklamacji konsumentów i dokonywania zwrotu kwestionowanych opłat poniesionych w związku z aktywacją płatnych usług niefunkcyjnych „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń Dzieci w Sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza”, „Zabezpiecz PESEL” oraz usług lub treści cyfrowych aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” w przypadku stwierdzenia w trakcie postępowania reklamacyjnego, że kwestionowana przez konsumenta nieprawidłowość wynikała z wprowadzenia w błąd na etapie aktywacji ww. usług lub treści cyfrowych



w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji.

2.7.

Zamieszczenia na stronie www.orange.pl (podstrona „płać z Orange”) wykazu usług lub treści cyfrowych wraz ze wskazaniem sposobu ich aktywacji z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” i dezaktywacji (w przypadku usług opartych o subskrypcję) oraz sposobu dokonania blokady usługi „Zamów z Orange”

w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji.

2.8.

A.

Przyznania konsumentom (użytkownikom post-paid oraz pre-paid), którzy:

- a) przy wykorzystaniu powiadomień (komunikatów) na telefon aktywowali co najmniej jedną z usług nietelekomunikacyjnych „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń Dzieci w Sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL” w okresie od 1 stycznia 2018 roku do dnia zaniechania praktyki zgodnie z pkt. I.2.2. rozstrzygnięcia decyzji

lub

- b) aktywowali co najmniej jedną usługę lub treść cyfrową z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” w okresie od 1 stycznia 2018 roku do 1 sierpnia 2019 roku

oraz spełniają następujące warunki:

- złożyli reklamację dotyczącą ww. usług w okresie od 1 stycznia 2018 r. do 1 miesiąca od dnia zaniechania praktyki zgodnie z pkt. I.2.2. rozstrzygnięcia decyzji, które rozpatrzone zostały przez Spółkę częściowo lub całkowicie negatywnie,
- oraz
- na dzień roboczy następujący po dniu uprawomocnienia się decyzji pozostają abonentami Spółki

jednorazowego przysporzenia w kwocie stanowiącej równowartość podwojonej opłaty poniesionej przez konsumenta z tytułu skorzystania ze wskazanych powyżej usług,

w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji.

B.

Przekazania rekompensaty abonentom, o których mowa w pkt I.2.8.A rozstrzygnięcia



decyzji, poprzez:

- 1) pomniejszenie uprawnionym abonentom bieżącego salda płatności na koncie lub nadpłatę na koncie konsumenta i pomniejszenie pieniężnych zobowiązań uprawnionego abonenta względem Spółki z tytułu świadczonych usług w ramach zawartej umowy w kolejnych miesiącach rozliczeniowych następujących po miesiącu, w którym nastąpiło przyznanie rekompensaty, w przypadku, gdy na dzień wypłaty rekompensaty ww. kwota przewyższa bieżące saldo płatności na koncie
- albo
- 2) zwrot przyznanej kwoty rekompensaty na rachunek bankowy lub przekazem pocztowym na adres uprawnionego abonenta,

w terminie 4 miesięcy od dnia uprawnomocnienia się decyzji.

C.

Poinformowania konsumentów, o których mowa w pkt 1.2.8.A rozstrzygnięcia decyzji, o możliwości, sposobie oraz terminie wyboru formy rekompensaty wskazanej w pkt 1.2.8.B rozstrzygnięcia decyzji w terminie 2 miesięcy od dnia uprawnomocnienia się decyzji

D.

Wykonania obowiązków, o których mowa w 1.2.8.B oraz C rozstrzygnięcia decyzji, w następujący sposób:

- a) Spółka poinformuje uprawnionych konsumentów o możliwości, sposobie oraz terminie wyboru formy rekompensaty poprzez wysłanie wiadomości SMS pod numer abonenta znajdujący się w bazie Spółki o treści:

W przypadku abonentów postpaid: „Przystępuje Tobie rekompensata w kwocie X zł [w miejsce x podana zostanie konkretna kwota] w związku z negatywnie rozpatrzona reklamacja usług dodatkowych (decyzja UOKIK) dla numeru Wypełnij formularz (link) w ciągu 14 dni. Po upływie tego terminu zwrot rozliczymy na kolejnych fakturach. Więcej informacji na www.orange.pl. Pozdrawiamy, Orange”

W przypadku abonentów prepaid: „Przystępuje Tobie rekompensata w kwocie X zł [w miejsce x podana zostanie konkretna kwota] w związku z negatywnie rozpatrzona reklamacja usług dodatkowych (decyzja UOKIK) dla numeru Wypełnij formularz (link) w ciągu 14 dni. Po upływie tego terminu zwrotu dokonamy przez doładowanie Twojego konta. Więcej informacji na www.orange.pl. Pozdrawiamy, Orange”

- b) Wybór jednej z form rekompensaty będzie mógł nastąpić poprzez kontakt uprawnionego konsumenta poprzez formularz dostępny na stronie www.orange.pl lub kontakt z Biurem Obsługi Klienta pod nr 510 100 100 w terminie 14 dni od dnia



otrzymania wiadomości SMS, o której mowa w pkt powyżej.

- c) W przypadku wyboru przez konsumenta formy rekompensaty wskazanej w pkt I.2.8.B.2) rozstrzygnięcia decyzji uprawniony konsument będzie musiał przekazać Spółce niezbędne w tym celu dane (w szczególności numer rachunku bankowego lub adres). Informacja o konieczności przekazania danych udzielona zostanie przez formularz lub kontakt z Biurem Obsługi Klienta, w zależności od sposobu kontaktu wybranego przez konsumenta.
- d) W przypadku braku przekazania przez uprawnionego konsumenta informacji o wyborze jednej z form rekompensaty lub danych niezbędnych do jej przekazania w terminie 14 dni, w sposób wskazany w pkt I.2.8.D.b) i c) rozstrzygnięcia decyzji, konsumentowi przyznana będzie rekompensata poprzez:

 pomniejszenie bieżącego salda płatności na koncie w kolejnym miesiącu rozliczeniowym następującym po miesiącu, w którym konsument uprawniony był do wyboru formy rekompensaty w sposób określony w pkt I.2.8.D.b) rozstrzygnięcia decyzji

 lub

 nadpłatę na koncie konsumenta i pomniejszenie pieniężnych zobowiązań uprawnionego abonenta względem Spółki z tytułu świadczonych usług w ramach zawartej umowy w kolejnych miesiącach rozliczeniowych następujących po miesiącu, w którym konsument uprawniony był do wyboru formy rekompensaty w sposób określony w pkt I.2.8.D.b) rozstrzygnięcia decyzji, w przypadku, gdy na dzień wypłaty rekompensaty ww. kwota przewyższa bieżące saldo płatności na koncie.

- e) W przypadku wyboru przez uprawnionego konsumenta formy rekompensaty wskazanej w pkt I.2.8.B.2) rozstrzygnięcia decyzji, zwrot przyznanej kwoty rekompensaty na rachunek bankowy lub przekazem pocztowym na adres uprawnionego abonenta dokonany zostanie w terminie 1 miesiąca i 14 dni od dnia następującego po dniu zamknięcia możliwości wypełnienia formularza, o którym mowa w pkt I.2.8.D. b) i c) rozstrzygnięcia decyzji.

E.

Potwierdzenie konsumentom, o których mowa w pkt I.2.8.A rozstrzygnięcia decyzji, przyznania i kwoty rekompensaty wskazanej w pkt I.2.8.B rozstrzygnięcia decyzji w terminie 4 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji.

F.

Wykonania obowiązku, o którym mowa w punkcie I.2.5.E rozstrzygnięcia decyzji, w następujący sposób:

- a) Spółka poinformuje uprawnionych konsumentów, którzy dokonali wyboru formy



rekompensaty wskazanej w pkt I.2.8.B.1) rozstrzygnięcia decyzji oraz uprawnionych konsumentów, o których mowa w pkt I.2.8.D.d) rozstrzygnięcia decyzji, o przyznaniu i kwocie rekompensaty, poprzez zamieszczenie informacji na fakturze uprawnionego abonenta o treści: *W związku z decyzją UOKiK nr DOZIK 13/2021 z dnia 14.12.2021 r. przyznana została kwota rekompensaty w wysokości XX zł* [w miejsce xx podana zostanie konkretna kwota]

- b) Spółka poinformuje uprawnionych konsumentów, którzy dokonali wyboru formy rekompensaty wskazanej w pkt I.2.5.B.2) rozstrzygnięcia decyzji o przyznaniu i kwocie rekompensaty, poprzez wysłanie wiadomości SMS pod numer abonenta znajdujący się w bazie Spółki w dniu dokonania dyspozycji zwrotu o treści:

w przypadku rachunku bankowego: *„Do 3 dni roboczych otrzymasz od nas zwrot X zł [w miejsce X podana zostanie konkretna kwota]. Pozdrawiamy, Orange”*

w przypadku przekazu pocztowego: *„Zgodnie z dyspozycją X zł [w miejsce X podana zostanie konkretna kwota] przestaliśmy przekazem pocztowym. Czas dostarczenia zależy od operatora pocztowego. Pozdrawiamy, Orange ”.*

2.9.

A.

Przyznania konsumentom (użytkownikom post-paid oraz pre-paid), którzy:

- a) przy wykorzystaniu powiadomień (komunikatów) na telefon, aktywowali co najmniej jedną z usług nietelekomunikacyjnych „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń Dzieci w Sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL” w okresie od 1 stycznia 2018 roku do dnia zaniechania praktyki, zgodnie z pkt. I.2.2. rozstrzygnięcia

lub

- b) konsumentom, którzy aktywowali co najmniej jedną usługę lub treść cyfrową z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” w okresie od 1 stycznia 2018 roku do 1 sierpnia 2019 roku

oraz spełniają następujące warunki:

- złożyli reklamację dotyczącą ww. usług w okresie od 1 stycznia 2018 r. do 1 miesiąca od dnia zaniechania praktyki, zgodnie z pkt. I.2.2. rozstrzygnięcia, które rozpatrzone zostały przez Spółkę częściowo lub całkowicie negatywnie, oraz
- na dzień roboczy następujący po dniu uprawomocnienia się decyzji nie są abonentami Spółki

jednorazowego przysporzenia w kwocie stanowiącej równowartość podwojonej opłaty poniesionej przez konsumenta z tytułu skorzystania ze wskazanych powyżej usług,

w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji.



B.

Przekazania rekompensaty abonentom, o których mowa w pkt 1.2.9.A rozstrzygnięcia decyzji, poprzez:

- 1) przelew na wskazany przez uprawnionego konsumenta numer konta bankowego lub
- 2) przekaz pocztowy na wskazany przez uprawnionego abonenta adres

w terminie 5 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji.

C.

Poinformowania konsumentów, o których mowa w pkt 1.2.9.A rozstrzygnięcia decyzji, o możliwości, sposobie oraz terminie wyboru formy rekompensaty wskazanej w pkt 1.2.9.B rozstrzygnięcia decyzji w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji.

D.

Wykonania obowiązków, o których mowa w pkt 1.2.9.B i C rozstrzygnięcia decyzji, w następujący sposób:

- a) Spółka poinformuje uprawnionych konsumentów o możliwości, sposobie oraz terminie wyboru formy rekompensaty drogą listowną (listem zwykłym) na adresy pocztowe znajdujące się w bazie Spółki.

Pismo będzie miało następującą treść:

„Dzień dobry,

w związku z decyzją Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr, przysługuje Państwu rekompensata w kwocie X zł [w miejsce x podana zostanie konkretna kwota] w związku z negatywnie rozpatrzoną reklamacją usług dodatkowych dla numeru

Aby otrzymać zwrot, do X [w miejsce x podana zostanie data dzienna] prosimy o wypełnienie formularza na (link). Jeżeli nie mają Państwo możliwości wypełnienia formularza, mogą Państwo do skontaktować się z nami pod numerem 510 100 100, podając:

imię i nazwisko,

numer telefonu którego dotyczy reklamacja (i rekompensata)



kontaktowy numer telefonu (jeśli jest inny niż numer, którego dotyczy sprawa)

sposób zwrotu - przelewem bankowym czy przekazem pocztowym

jeśli wybrali Państwo przelew bankowy - numer swojego konta bankowego,

jeśli wybrali Państwo przekaz pocztowy - ulicę, nr domu, nr mieszkania, kod pocztowy i miejscowość.

Kwotę rekompensaty zwrócimy Państwu w ciągu 2 miesięcy od otrzymania prawidłowo wypełnionego formularza, zgodnie ze wskazanym przez Państwa sposobem zwrotu (przelew na konto bankowe lub przekaz pocztowy na adres korespondencyjny).

Jeśli dane na formularzu nie będą kompletne lub prawidłowe - skontaktujemy się z Państwem mailowo lub telefonicznie i ustalimy dodatkowy termin na ich poprawę.

Pozdrawiamy,

Orange”

- b) Termin na poinformowanie przez konsumentów o wyborze formy rekompensaty oraz potwierdzenia jej przyznania wyniesie co najmniej 14 dni kalendarzowych od szacowanej daty otrzymania przez konsumenta ww. pisma. W tym celu konsument poinformuje Spółkę (za pośrednictwem formularza lub telefonicznie) o wyborze formy skorzystania z rekompensaty. W powyższym terminie konsument będzie musiał przekazać Spółce również dane niezbędne do dokonania przelewu lub przekazu pocztowego (w tym numer rachunku bankowego lub adres).
- c) Zwrot przyznanej kwoty rekompensaty na rachunek bankowy lub przekazem pocztowym na adres uprawnionego abonenta dokonany zostanie w terminie 2 miesięcy od dnia uzyskania informacji przez Spółkę o ww. numerze konta lub adresie w sposób określony w pkt I.2.9.D.b) rozstrzygnięcia decyzji.

E.

Spółka za pomocą wiadomości SMS wysłanej pod numer konsumenta przekazany podczas rozmowy telefonicznej lub za pośrednictwem formularza potwierdzi ustalenia dokonane z uprawnionym abonentem tj. informacje o przyznaniu rekompensaty, jej kwocie i wybranym przez uprawnionego abonenta sposobie skorzystania z rekompensaty wskazanej w pkt I.2.9.B rozstrzygnięcia decyzji, w terminie 5 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji.

Treść potwierdzeń będzie miała następującą treść:

w przypadku rachunku bankowego: „Do 3 dni roboczych otrzymasz od nas zwrot X zł [w miejsce X podana zostanie konkretna kwota]. Pozdrawiamy, Orange”



w przypadku przekazu pocztowego: „Zgodnie z dyspozycją X zł [w miejsce X podana zostanie konkretna kwota] przestaliśmy przekazać pocztowym. Czas dostarczenia zależy od operatora pocztowego. Pozdrawiamy, Orange ”.

2.10.

Publikacji na stronie internetowej Spółki mieszczącej się pod adresem www.orange.pl, na koszt Orange, w terminie 2 tygodni od dnia uprawomocnienia się decyzji oświadczenia o treści: „Decyzja zobowiązująca Prezesa UOKiK nr DOZiK 13/2021 dowiedz się więcej”

w następujący sposób:

- a) oświadczenie będzie zamieszczone w górnej części strony głównej domeny www.orange.pl widocznej po wejściu na stronę, bez możliwości zamknięcia,
- b) tekst powyższego oświadczenia zostanie wyjustowany,
- c) oświadczenie zostanie sformułowane ciemną czcionką na białym tle,
- d) zastosowana czcionka będzie odpowiadać wielkości czcionki używanej na ww. stronie internetowej w nagłówkach,
- e) fragment oświadczenia o treści „dowiedz się więcej” zostanie zamieszczony w formie hipertęcza (linku) przekierowującego do dedykowanej podstrony internetowej Spółki,
- f) na ww. dedykowanej podstronie Spółka zamieści informację o treści:

„Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie, informuje o wydaniu decyzji zobowiązującej Prezesa UOKiK w dniu 14 grudnia 2021 r., dotyczącej praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

1. *naruszaniu obowiązku czytelnego oznaczania w powiadomieniach wysyłanych na telefony konsumentów przycisku służącego do złożenia zamówienia płatnych usług niefonowych: „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL” słowami „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” lub innym równoważnym sformułowaniem,*
2. *nieprzekazywaniu konsumentom potwierdzenia warunków zawarcia umowy świadczenia płatnych usług niefonowych: „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza”, „Zabezpiecz PESEL” oraz usługi „Zamów z Orange” na trwałym nośniku,*
3. *udzielaniu niepełnych odpowiedzi na reklamacje konsumentów, którzy skorzystali z usługi „Zamów z Orange”, poprzez brak merytorycznego odniesienia się do zastrzeżeń konsumentów lub udzielanie niepełnej informacji o tej usłudze i okolicznościach jej świadczenia, co może utrudniać konsumentom prawidłowe korzystanie z tej usługi i dochodzenie roszczeń*

Szczegóły dotyczące podjętego przez Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie



zobowiązania oraz dedykowane bezpośrednio konsumentom korzyści określono w decyzji Prezesa UOKiK nr DOZIK 13/2021 dostępnej na stronie www.uokik.gov.pl.

- g) na ww. dedykowanej podstronie fragment oświadczenia o treści „decyzji Prezesa UOKiK nr DOZIK 13/2021” zostanie zamieszczony w formie hipertącza (linka) do niniejszej decyzji opublikowanej w bazie decyzji dostępnej pod adresem www.uokik.gov.pl,
- h) w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem danego przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw przedsiębiorcy dawnej i nowej,
- i) w przypadku zmiany adresu strony internetowej, niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do strony internetowej funkcjonującej w czasie zamieszczenia przedmiotowego oświadczenia na stronie internetowej Orange,
- j) przedmiotowe oświadczenie oraz dedykowana podstrona będą dostępne na stronie internetowej Orange Polska S.A. przez okres 4 miesięcy od daty ich zamieszczenia na stronie internetowej Orange

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Orange Polska S.A. siedzibą w Warszawie obowiązek wykonania tego zobowiązania w terminach wskazanych powyżej.

II.

Na podstawie art. 28 ust. 3 w związku z art. 28 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, że Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów opisane w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie obowiązek złożenia informacji o realizacji zobowiązania, o którym mowa w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, poprzez przedstawienie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

1. wydruku ze strony internetowej Orange Polska przedstawiającego opublikowanie na tej stronie oświadczenia, o którym mowa w pkt I.2.10. rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, z dnia zamieszczenia tej informacji (wraz z widoczną datą),
2. wydruku z dedykowanej podstrony internetowej Orange Polska, na której zamieszczona została informacja, o której mowa w pkt I.2.10. g) rozstrzygnięcia niniejszej decyzji,
3. informacji o możliwych sposobach aktywacji płatnych usług niefunkcyjnych „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń Dzieci w Sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL” udostępnianych przez Orange Polska konsumentom na dzień sporządzenia sprawozdania z wykonania decyzji,
4. 8 przykładowych potwierdzeń konsumentom warunków zawarcia umowy



świadczenia płatnych usług niefunkcyjnych „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń Dzieci w Sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL” oraz usługi „Zamów z Orange” (po 1 dla każdej z płatnych usług niefunkcyjnych oraz 3 dla usługi „Zamów z Orange”), które zostały udostępnione konsumentom w dniu zawarcia umowy (w miesiącu poprzedzającym sporządzenie przez Spółkę sprawozdania z wykonania decyzji),

5. 4 przykładowych raportów, o których mowa w pkt I.2.3.b) rozstrzygnięcia decyzji, wraz ze wskazaniem dat ich sporządzenia,
6. 20 przykładowych reklamacji konsumentów, które Spółka otrzymała od dnia wykonania zobowiązania, o którym mowa w pkt I.2.4. rozstrzygnięcia decyzji do dnia złożenia informacji o realizacji zobowiązania, o którym mowa w pkt II rozstrzygnięcia decyzji, w związku z aktywacją usług lub treści cyfrowych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” oraz udzielonych przez Orange odpowiedzi na reklamacje (10 pozytywnych, 10 negatywnych),
7. 10 przykładowych reklamacji konsumentów, które Spółka otrzymała od dnia wykonania zobowiązania, o którym mowa w pkt I.2.6. rozstrzygnięcia decyzji, do dnia złożenia informacji o realizacji zobowiązania, o którym mowa w pkt II rozstrzygnięcia decyzji w związku z aktywacją usług lub treści cyfrowych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” (wraz z udzielonymi przez Orange odpowiedziami), które zostały przez Spółkę uznane ze względu na okoliczności wskazane w pkt I.2.6. rozstrzygnięcia decyzji, wraz z potwierdzeniem dokonania zwrotu środków objętych reklamacją (np. fakturą),
8. informacji o sumarycznej wartości zwrotu opłat dokonanych zgodnie z pkt I.2.6 rozstrzygnięcia decyzji do dnia sporządzenia sprawozdania z jej wykonania,
9. danych liczbowych wskazujących, ilu konsumentów było uprawnionych do skorzystania z poszczególnych rekompensat określonych w pkt I.2.8.B i I.2.9.B rozstrzygnięcia decyzji (na dzień następujący po dniu uprawomocnienia się decyzji),
10. danych liczbowych wskazujących, ilu konsumentów skorzystało z poszczególnych rekompensat określonych w pkt I.2.8.B i I.2.9.B rozstrzygnięcia decyzji (z podziałem na grupy konsumentów, o których mowa w pkt I.2.8.B 1) i 2) i I.2.9.B 1) i 2) rozstrzygnięcia decyzji),
11. 4 przykładowych wiadomości SMS, o których mowa w pkt I.2.8.D a) rozstrzygnięcia decyzji,
12. 4 przykładowych pism, o których mowa w pkt I.2.9.D a) rozstrzygnięcia decyzji,
13. 4 przykładowych potwierdzeń, o których mowa w pkt I.2.8.F a) rozstrzygnięcia decyzji (2 dla konsumentów, którzy dokonali wyboru formy rekompensaty wskazanej w pkt I.2.8.B.1) rozstrzygnięcia decyzji oraz 2 dla uprawnionych konsumentów, o których mowa w pkt I.2.8.D.d) rozstrzygnięcia decyzji),
14. 4 przykładowych potwierdzeń, o których mowa w pkt I.2.8.F b) rozstrzygnięcia decyzji,
15. 4 przykładowych potwierdzeń, o których mowa w pkt I.2.9.E rozstrzygnięcia decyzji (po 2 potwierdzenia dla każdego rodzaju rekompensaty),
16. 10 przykładowych treści wiadomości SMS wysłanych do konsumentów w dniach



1 lutego 2022 r., 8 lutego 2022 r., 5 maja 2022 r., 6 czerwca 2022 r. i 10 sierpnia 2022 r. informujących o aktywacji usług lub treści cyfrowych podmiotów trzecich z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” (po 2 z każdego dnia),

17. 25 przykładowych treści wiadomości SMS wysłanych do konsumentów w dniach 1 lutego 2022 r., 8 lutego 2022 r., 5 maja 2022 r., 6 czerwca 2022 r. i 10 sierpnia 2022 r., z potwierdzeniem realizacji transakcji i zawarciem umowy na własne usługi nietelekomunikacyjne „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL” (po 1 dla każdej z usług z każdego dnia),
18. informacji o orientacyjnej wysokości kosztów poniesionych przez Spółkę w związku z wykonaniem zobowiązania, o którym mowa w pkt I rozstrzygnięcia decyzji, z podziałem na koszty poniesione w związku z przyznaniem konsumentom korzyści oraz koszty wynikające z obsługi procesu wykonania zobowiązania. Należy wskazać główne rodzaje kosztów związanych z obsługą ww. procesu i ich orientacyjny udział w ogólnym koszcie obsługi procesu (np. opracowanie systemu IT, przygotowanie procedur, koszty osobowe itp.),
19. informacji, czy Spółka otrzymała reklamacje konsumentów dotyczące wykonania zobowiązania, o którym mowa w pkt I.2.8.-I.2.9 rozstrzygnięcia decyzji. Jeśli tak należy wskazać ich liczbę (wraz z podziałem na rozpatrzone pozytywnie/negatywnie) i główne kategorie zgłaszanych problemów

w terminie 8 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej również jako: „Prezes Urzędu”) przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy w związku z doliczaniem przez Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie do rachunku za usługi telekomunikacyjne płatności za inne usługi lub treści cyfrowe doszło do naruszenia przepisów uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone, praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów lub naruszenia chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniającego podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach. Postępowanie wszczęto w związku z sygnałami konsumentów-abonentów Spółki, które wskazywały na występowanie nieprawidłowości związanych z aktywacją płatnych serwisów (usług) subskrypcyjnych świadczonych przez podmioty trzecie oraz aktywacją tzw. usług nietelekomunikacyjnych oferowanych pod marką Orange Polska. Opłata za ww. usługi doliczana była do rachunku telefonicznego Orange Polska.

Analiza zgromadzonych w toku ww. postępowania dokumentów i informacji, wskazała, iż są podstawy do postawienia Orange Polska zarzutu stosowania sprzecznych z prawem praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Mając na uwadze dokonane na etapie postępowania wyjaśniającego ustalenia, Prezes Urzędu postanowieniem z dnia 14 maja 2021 r. wszczął z urzędu postępowanie w sprawie stosowania przez Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych



w rozstrzygnięciu niniejszej decyzji.

Postanowieniem z dnia 14 maja 2021 r., 31 maja 2021 r. oraz 16 listopada 2021 r. Prezes Urzędu włączył również do materiału dowodowego w postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określone dokumenty i materiały, w tym zgromadzone w toku postępowania wyjaśniającego prowadzonego pod sygn. DOZIK-6.405.2.2019.MO.

W celu ustalenia stanu faktycznego sprawy przeanalizowano następujące materiały: treść korespondencji od konsumentów kierowanej do Urzędu, treść reklamacji konsumentów zgłaszanych Orange Polska wraz z udzielonym przez Spółkę odpowiedziami, treść korespondencji od konsumentów kierowanej do Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej, stanowisko Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego, umowy będące podstawą współpracy Spółki z innymi przedsiębiorcami przy świadczeniu usług typu *direct billing*, wzorce umów wykorzystywane przez Orange Polska w obrocie konsumenckim, regulaminy usługi „Zamów z Orange” (z dnia 18 kwietnia 2018 r. oraz 13 października 2021 r.), regulaminy tzw. usług nietelekomunikacyjnych oferowanych pod marką Orange, dokumenty dostępne na www.orange.pl/plac-z-orange tj. potwierdzenie warunków usługi cyklicznej „Zamów z Orange” i potwierdzenie warunków usługi jednorazowego dostępu „Zamów z Orange”, przykładowe potwierdzenia warunków usługi „Zamów z Orange” oraz własnych usług nietelekomunikacyjnych oferowanych pod marką Orange zamieszczone w serwisie „Mój Orange”, dokumenty opisujące charakterystykę funkcjonalność [*****] oraz wyjaśnienia Spółki złożone w toku przedmiotowego postępowania oraz działań o sygn. DOZIK-3.403.535.2016.TW.ABa.MP oraz RŁO-80.68.2020.AB.

W toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Spółka wniosła o wydanie w niniejszej sprawie decyzji zobowiązującej w trybie art. 28 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2021 r. poz. 275, dalej jako: „uokik”). W piśmie z dnia 15 lipca 2021 r. oraz 30 września 2021 r. Spółka przedstawiła propozycję zobowiązania do podjęcia działań zmierzających do zakończenia naruszeń wskazanych w postanowieniu Prezesa Urzędu z dnia 14 maja 2021 r. oraz usunięcia ich skutków.

W ocenie Prezesa Urzędu realizacja pierwotnie zaproponowanego przez Spółkę w piśmie z dnia 15 lipca 2021 r. zobowiązania nie byłaby wystarczająca do zaniechania wszystkich kwestionowanych praktyk oraz usunięcia ich skutków. W odpowiedzi na powyższe propozycja Spółki została doprecyzowana w dalszej korespondencji.

Ostateczna propozycja Orange Polska objęła zobowiązanie się do działań eliminujących możliwość wystąpienia praktyk w przyszłości oraz zmierzających do usunięcia skutków praktyk zgodnie z pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji. Przysporzenie konsumentom zaproponowane przez Spółkę określone zostało jako uprawnienie konsumentów (byłych oraz obecnych abonentów Spółki) dotkniętych skutkami uprawdopodobnionych w niniejszej decyzji praktyk do otrzymania korzyści zgodnie ze wskazanymi wariantami rekompensaty (pkt I.2.8.B i I.2.9.B rozstrzygnięcia decyzji). Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Spółkę liczba konsumentów uprawnionych do skorzystania z ww. rekompensaty wyniesie [*****] (na dzień 13 października 2021 r. grupę [*****] konsumentów stanowią byli abonenci Spółki, grupę [*****] konsumentów stanowią obecni abonenci Spółki). Łączna maksymalna kwota ww. rekompensaty wyniesie [*****], co stanowi równowartość podwojonej opłaty poniesionej rzeczywiście przez konsumentów z tytułu skorzystania z płatnych usług nietelekomunikacyjnych „Gdzie jest Dziecko”, „Chronić Dzieci w Sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza”, „Zabezpiecz PESEL” oraz usług lub treści cyfrowych



aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange”.

W związku z zobowiązaniem się Spółki do podjęcia działań eliminujących możliwość wystąpienia kwestionowanych w toku postępowania praktyk w przyszłości (pkt I.2.1-I.2.7 rozstrzygnięcia decyzji), Orange Polska w piśmie z dnia 13 października 2021 r., 21 października 2021 r. oraz 30 listopada 2021 r. przekazała również przykładowe potwierdzenia warunków zawarcia umowy płatnych usług niatelekomunikacyjnych oferowanych pod marką Orange oraz usługi „Zamów z Orange”, przykładowe potwierdzenie warunków zawarcia umowy usługi „Zabezpiecz Pesel” oraz wzory odpowiedzi na reklamacje abonentów dotyczące usług lub treści cyfrowych aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange”.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 ustawy kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2020 r., poz. 256 ze zm., dalej jako: „kpa”), pismem z dnia 7 grudnia 2021 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego. Prezes Urzędu wyznaczył również termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy. Z powyższego uprawnienia przedsiębiorca nie skorzystał. Ostateczne stanowisko w sprawie zaproponowanego zobowiązania Spółka zajęła w piśmie z dnia 30 listopada 2021 r.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił, co następuje

Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000010681. Przedmiotem działalności Przedsiębiorcy jest m.in. działalność w zakresie telekomunikacji bezprzewodowej. Działalność telekomunikacyjna jest działalnością regulowaną i podlega wpisowi do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Spółka jest wpisana do ww. rejestru pod numerem 1.

Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi aktualnemu z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego Spółki, stan na dzień: 7 grudnia 2021 r.

Usługa typu *direct billing*

Prezes Urzędu na podstawie wyjaśnień Spółki oraz skarg otrzymanych od konsumentów, które wskazywały na występowanie nieprawidłowości przy świadczeniu serwisów podmiotów trzecich ustalił, że Orange Polska w ramach umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych umożliwia abonentom bezpośrednio „doliczenie” do rachunku telefonicznego (z wykorzystaniem systemu post-paid, mix lub pre-paid¹) płatności za określone usługi lub treści cyfrowe. Ww. usługa (tzw. usługa direct billing) umożliwia dokonanie płatności przez abonenta z wykorzystaniem np. telefonu komórkowego i wiąże się z obciążeniem konsumenta (co powinno mieć miejsce za jego zgodą) przez jego dostawcę usług telekomunikacyjnych opłatami za inne usługi lub treści cyfrowe, które przedstawiane

¹ Należność doliczana jest do rachunku (w przypadku klientów ofert na abonament lub mix) lub pobrana ze środków zgromadzonych na koncie głównym użytkownika (w przypadku klientów ofert na kartę). Metoda płatności nie jest dostępna dla użytkowników korzystających wyłącznie z oferty Orange Flex oraz nju mobile.



są na jednym rachunku obok usług telekomunikacyjnych („doliczenie” do rachunku). Płatność z tytułu zakupu (np. gry) wyszczególniona zostaje więc na rachunku za usługi telekomunikacyjne, który otrzymują abonenci. Do dokonania zakupu nie jest konieczne korzystanie np. z aplikacji banku.

Dowód: Skargi konsumentów wskazane w postanowieniu Prezesa Urzędu z dnia 14 maja 2021 r., 31 maja 2021 r. oraz 16 listopada 2021 r., pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r.

Prezes Urzędu na podstawie wyjaśnień Spółki ustalił, iż usługa typu *direct billing* umożliwia dokonywanie płatności m.in. za gry, dzwonki, filmy, bilety, korzystanie z serwisów muzycznych oraz zakupy na platformie np. Google Play.

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r.

Prezes Urzędu na podstawie informacji uzyskanych od Orange Polska ustalił, iż wymieniona usługa w przypadku oferty Spółki funkcjonuje w ramach dwóch modeli tj. usług „Zamów z Orange” oraz „Dolicz do rachunku” (również jako: „Instrukcja dokonywania płatności za usługi z udziałem Operatora”). Zgodnie z wyjaśnieniami przekazanymi przez Spółkę usługa w modelu „Zamów z Orange” określana jest przez Orange Polska jako tzw. „usługa dostępu”. Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Spółkę ww. usługi uruchomione zostały [*****].

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r.

W oparciu o zgromadzony materiał dowodowy (skargi konsumentów oraz wyjaśnienia Spółki) Prezes Urzędu ustalił, iż usługa w modelu „Zamów z Orange” miała zastosowanie przy uruchamianiu płatnych serwisów subskrypcyjnych świadczonych przez podmioty trzecie, m.in. serwisów, których dotyczyły sygnały od konsumentów (najczęściej powtarzające się w korespondencji od konsumentów serwisy to „GAMEMINE”, „KidzInMine”, „VIDIX.mobi”) (por. str. 19 -22 Decyzji)². Opłata za ww. serwisy doliczana jest do rachunku telefonicznego konsumenta w ramach świadczonej przez Spółkę usługi „Zamów z Orange” (w przypadku usługi „Gamemine” aktywacja dostępu do ww. serwisu za pośrednictwem usługi „Zamów z Orange” nie jest możliwa [*****]³).

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r., pismo Spółki z dnia 10 sierpnia 2020 r., pismo Spółki z dnia 23 marca 2021 r., pismo Spółki z dnia 30 listopada 2021 r.

Serwisy subskrypcyjne „GAMEMINE”, „KidzInMine” oraz „VIDIX.mobi”

Prezes Urzędu na podstawie informacji przekazanych przez Orange Polska oraz załączonych przez Spółkę zrzutów ekranu przedstawiających sposób aktywacji ww. usług ustalił, iż usługi GAMEMINE (aktywacja usługi i dokonanie płatności z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” w sieci Spółki nie jest na dzień 30 listopada 2021 r. możliwe)

² Usługa w modelu „Dolicz do rachunku” nie znajduje zastosowania w przypadku naliczania opłat za serwisy oraz usługi, których dotyczyły analizowane w postępowaniu nieprawidłowości.

³ Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki w piśmie z dnia 30 listopada 2021 r. z usługi mogą korzystać abonenci, którzy aktywowali usługę [*****] i nie dokonali jej dezaktywacji.



oraz KidzInMine umożliwiający konsumentom dostęp do serwisu z grami mobilnymi. Usługi mają charakter subskrypcyjny, a opłata z tytułu ich aktywacji pobierana jest cyklicznie (GAMEMINE - 11,97 zł/tyg., KidzInMine - 14,99 zł/tyg., do momentu ich dezaktywacji). Dostawcą ww. usług jest odpowiednio [*****] oraz [*****]. Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Spółkę w ramach usługi Vidix.mobi użytkownik uzyskuje dostęp do treści dla dorosłych pod warunkiem uiszczenia stałej opłaty, pobieranej co 3 dni (8,75 zł/3 dni). Opłata jest pobierana cyklicznie, do momentu dezaktywacji usługi. Dostawcą Vidix.mobi jest [*****].

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r.

Nieprawidłowości dotyczące sposobu aktywacji serwisów subskrypcyjnych „GAMEMINE”, „KidzInMine” oraz „VIDIX.mobi”

Prezes Urzędu na podstawie informacji otrzymanych od konsumentów ustalił, iż konsumenci nie byli świadomi, w jaki sposób doszło do aktywacji płatnych serwisów subskrypcyjnych, w szczególności ww. serwisów „GAMEMINE”, „KidzInMine” oraz „VIDIX.mobi” (tych serwisów dotyczyła duża część sygnałów od konsumentów). Część z konsumentów informowała o otrzymaniu wiadomości SMS mogących wskazywać na aktywację przedmiotowych serwisów, powołując się na treści otrzymanych wiadomości lub załączając w treści korespondencji kierowanej do Urzędu zrzuty ekranu.

Z przekazanych informacji wynika, iż do aktywacji przez konsumentów płatnych serwisów subskrypcyjnych dochodziło m.in. za pośrednictwem linku zamieszczonego na stronie internetowej lub w reklamie w grze mobilnej. Z informacji przekazanych przez konsumentów wynikało również, że do uruchomienia przedmiotowych usług dochodziło przy wykorzystaniu karty SIM znajdującej się w routerze zapewniającej dostęp do Internetu mobilnego. Wówczas wiadomość informująca o aktywacji usługi w przypadku jej wysłania otrzymywana jest przez konsumentów bezpośrednio na kartę SIM, która znajduje się w routerze.

Aktywacja przedmiotowych usług nie wymagała od konsumentów żadnych dodatkowych czynności takich jak np. wysłanie wiadomości SMS o określonej treści czy podania numeru telefonu (MSISDN) oraz potwierdzenia aktywacji usługi otrzymanym numerem PIN. O fakcie aktywacji przedmiotowych usług i naliczeniu dodatkowej opłaty abonenci Spółki dowiadawali się często dopiero po otrzymaniu rachunku telefonicznego. Konsumenci wskazywali, iż dodatkowa opłata z tytułu aktywacji ww. usług subskrypcyjnych umieszczona zostaje przez Orange Polska na rachunku telefonicznym w sekcji zatytułowanej *usługi elektroniczne*.

Dowód: Skargi konsumentów wskazane w postanowieniu Prezesa Urzędu z dnia 14 maja 2021 r., 31 maja 2021 r. oraz 16 listopada 2021 r.

Poniżej zaprezentowano przykładowe fragmenty skarg otrzymanych przez Prezesa Urzędu (pisownia zgodna z oryginałem, wytłuszczenia własne):

- „(...) ***Nigdy nie podpisywałem umowy na dodatkowe usługi elektroniczne w ramach mojego abonamentu w ORANGE (...) Od dwóch miesięcy sieć Orange nalicza dodatkowe***



koszty za usługę, z której nie skorzystałem i nie korzystam (...)" (skarga konsumenta z dnia 12 października 2018 r., RPW/6288/2018).

- „(...) Firmę GameMine bez zgody i wiedzy konsumenta włączyła odpłatną usługę internetową, której tygodniowy koszt wynosił 11,97 zł. Z usługi nie korzystałam, co nie wpływało na wysokość naliczonych środków. Nie otrzymałam oraz nie zaakceptowałam żadnego regulaminu dotyczącego świadczonych usług. O wysokości pobieranych środków oraz przyczynie tego dowiedziałam się podczas opłacania faktury Orange. Otrzymałam kilkakrotnie informację nt. możliwości korzystania z serwisu, ale treść potraktowana została jako SPAM, niechcianą reklamę i w związku z tym, że nie zamawiałam żadnej usługi, nie zwracałam uwagi na przesłane informacje (...)" (skarga konsumentki z dnia 23 października 2018 r. RPW/6534/2018).

- „(...) Płacąc dziś rachunek do firmy ORANGE zobaczyłam, że na fakturze widnieje nowa usługa. Usługa elektroniczna której nie zamawiałam. Po rozmowach z przedstawicielami firmy ORANGE okazało się że jest to usługa płatna firmy gamemine której nie zamawiałam ani nie używałam. Okazało się że jest to aktywowane za zgodą ORANGE poprzez kliknięcie w jakąś reklamę. Uważam, że jest to zachowanie skandaliczne i naciągające klientów na dodatkowe koszty, zaciągane nieświadomie (...)" (skarga konsumentki z dnia 5 grudnia 2018 r. RPW/14744/2018).

- „(...) piszę w sprawie usługi która bezprawnie została aktywowana na numerze telefonu [*****] jest to numer Orange dla usługi internetowej na routerze. Na tym numerze nie były aktywowane żadne usługi premium a firma GEMEMINE kidzinmind.com naliczyła trzy opłaty (...) Dzwoniąc na infolinię Orange otrzymaliśmy jedynie informację że trzeba to opłacić tylko na podstawie kogo zgody została aktywowana usługa? Której fizycznie posiadacz numeru nie wyraził (...)" (skarga konsumentki z dnia 10 grudnia 2018 r. RPW/15594/2018).

- „(...) Na jakiej podstawie - bez wyrażenia zgody klienta - można aktywować subskrypcję tej usługi i kto ponosi odpowiedzialność za ww. mechanizmy narażające klientów Orange na koszty? I jak to możliwe, żeby GameMine, czyli usługodawca, odczytywał numer telefonu na podstawie logowania do sieci komórkowej generując płatne subskrypcje? Nie otrzymałam żadnego sms z aktywacją subskrypcji. Jakie ma powiązanie w takiej sprawie usługodawca - GEMEMINE oraz operator sieci komórkowej (...)" (skarga konsumentki z dnia 7 stycznia 2019 r. RPW/615/2019)

- „(...) Po rozmowie z konsultantem na czacie na stronie www.orange.pl otrzymałem informację, że zakupiłem grę - zakup elektroniczny: Despicable Me 2 HEP - DM2 Girl - dwa razy dokonałem zakupu tej samej gry na ten sam numer telefonu [*****] co jest już nielogiczne - grę dla dziewczynek - mam 29 lat i nie posiadam dzieci - chciałem złożyć reklamację do Orange bo to oni wystawili fakturę jednakże Pani zaznaczyła, że Orange nie ponosi odpowiedzialności za takie sprawy - że pośredniczą jedynie w przekazie opłat za te usługi i nie mają danych kontaktowych do tej firmy PRELOADED GAMES i poradziła żebym sam sobie "wygooglował ich"... Napisałem więc do nich maila na hi@preloaded.com - opisując sprawę odpowiedzi żadnej nie otrzymałem - Orange podtrzymuje, że mam im zapłacić tą fakturę. Uważam, że jest to próba wyłudzenia środków od konsumenta i sprawa



powinna mieć finał karny” (skarga konsumenta z dnia 31 stycznia 2019 r. RPW/5001/2019).

- „(...) Składam skargę na bezprawne moim zdaniem działania operatora telekomunikacyjnego Orange i firm Zaplum oraz Gamemine polegającym na włączeniu klientom Orange dostępu do serwisu gier Gamemine i Zaplum. Dostęp do tych usług kosztuje 11,97 i **zawsze te usługi są włączane bez wiedzy i zgody klientów**” (skarga konsumenta z dnia 31 marca 2019 r. RPW/35646/2019).

- „(...) Od paru tygodni borykam się z z problemem zbyt wysokich (w stosunku do tego na co się z nimi umawiałam podpisując umowę) rachunków w Orange. Gdy zadzwoniłam do operatora tłumaczył mi o rzekomym włączeniu przeze nie usługi GameMine, **jest to usługa z której nie korzystam, nie korzystałam i nie mogę korzystać**. Nikt oprócz mnie nie jest użytkownikiem mojego telefonu. Już sam fakt, że na fakturze zakamuflowane pod hasłem ‘**usługi elektroniczne**’ nie było wogóle wymienionej nazwy GameMine (...)” (skarga konsumentki z dnia 14 maja 2019 r. RPW/32127/2019).

- „(...) Podejrzewam, że obie firmy stosują niedozwolone praktyki wobec konsumentów polegające na tym, że **nawet brak aktywności z mojej strony na sms-a z ofertą usługi dodatkowej, z konta Orange spowodował aktywowanie proponowanej w ty sms-ie usługi tj. produktu firmy GameMine w postaci subskrypcji gier. Nie wykonywałem bowiem żadnych czynności w kierunku aktywowania tej usługi, a zorientowałem się, że jest aktywna po fakturze i kolejnych sms-ach z Orange o naliczeniu mi opłat.**(...)” (skarga konsumenta z dnia 16 maja 2019 r. RPW/32945/2019).

- „W dniu 12 lipca otrzymałem Fakturę Orange (...). Po weryfikacji tego dokumentu zauważyłem, iż naliczono usługę z której nie korzystałem, bądź nie zamawiałem - mianowicie wyszczególniona usługa to Zamów z Orange (...) Chciałem jednoznacznie zaznaczyć, iż **aktywowana została usługa na karcie sim o numerze (...) BEZ MOJEJ ZGODY**. Ponadto chciałbym zauważyć, iż **jest to numer telefonu odpowiedzialny za internet mobilny - nie wyjmowana karta sim w celu użycia innym niż korzystanie z usług transmisji danych - nie korzystam na tym numerze z połączeń głosowych i sms (...)**” (skarga konsumenta z dnia 15 lipca 2019 r. RPW/44531/2019).

- „(...) w moim rozumieniu Firma Orange Polska próbuje wyłudzić ode mnie opłaty za **usługi elektroniczne, których nie zamawiałam**. W czerwcu 09.06.2019 dostałam w nocy o 00:40 informację, że **”Otrzymał darmowy dostęp na 1 dzień do Vidix.mobi. Usługa jest odnawialna, koszt 8,75 co 3 dni. Rezygnacja STOP VIDIX na 80708**. Rano gdy odczytała informacje zignorowałam ją **gdyś nie zamawiałam żadnych subskrypcji (...)** Odbyłam kolejną dyskusję z konsultantem, który poinformował mnie, że **nie przyjmie ode mnie reklamacji bo oni nie wiedzą co to za usługa, a jak ja też nie wiem co to, to musiałam coś zamówić niechcący coś klikając i mogę to sobie reklamować u dostawcy usługi, bo to z nim mam umowę**. Powiedziano mi, że Firma Orange nie jest stroną oni tylko pobierają pieniądze dla innej firmy, która im powiedziała, że u niej coś zamówiłam (...)” (skarga konsumentki z dnia 23 lipca 2019 r. RPW/45735/2019).

- „Szanowni Państwo, korzystając z usługi telefonii komórkowej operatora ORANGE zostałam narazona na koszty bez mojej zgody i bez podpisywania jakiegokolwiek umowy w ramach serwisu **”Totalgaming site”**. Nie został przeze mnie wykupowany żaden dostęp, jednak firma



Orange lub inna firma podszywająca się pod Orange pobiera z karty telefonu zgromadzone środki. Po otrzymaniu sms, którego treść załączam poniżej zostały pobrane z mojego konta pieniądze. Proszę o poradę, w jaki sposób mogę odzyskać utracone pieniądze. Usługę już wyłączyłam, chociaż nigdy jej nie włączałam.. (..)" (skarga konsumentki z dnia 23 lipca 2019 r. RPW/45521/2019).

- „ (...) chciałybym zwrócić uwagę na problem jaki mam od wczoraj z firmą ORANGE. Na telefon otrzymuję płatne usługi, których nie zamawiałam a tym bardziej w żaden sposób nie aktywowałam przez internet. ORANGE bez mojej zgody i wiedzy zdalnie włącza płatne usługi, które muszę wyrejestrowywać aby nie zostać obciążona nieustusznymi opłatami i kosztami (...)”. (skarga konsumentki z dnia 3 sierpnia 2021 r. RPW/41997/2021).

Usługi nietelekomunikacyjne oferowane pod marką Orange

Prezes Urzędu na podstawie skarg otrzymanych od konsumentów, które wskazywały na wystąpienie nieprawidłowości dotyczących sposobu aktywacji płatnych usług ustalił, iż Spółka świadczy na rzecz konsumentów również własne usługi inne niż telekomunikacyjne (tzw. „usługi nietelekomunikacyjne oferowane pod marką Orange Polska”), tj. „Chroń dzieci w sieci”, „Gdzie jest dziecko”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL”. Ww. usługi mogą być aktywowane zarówno przez konsumentów, jak i abonentów niebędących konsumentami.

Ww. usługi świadczone przez Spółkę na rzecz konsumentów są usługami świadczonymi drogą elektroniczną w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną. W procesie realizacji ww. usług Spółka współpracuje z podmiotami trzecimi (np. dostawcami aplikacji, [*****]) z których korzystają abonenci Spółki, lub partnerami, którzy świadczą odrębne usługi we współpracy z Orange Polska⁴). Zasady korzystania z usług określają odrębne regulaminy.

Pomimo, iż omawiane usługi nie stanowią usług płatniczych w rozumieniu ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r, Prezes Urzędu na podstawie informacji przekazanych przez Spółkę ustalił, iż Orange Polska nie przewiduje możliwości nabycia ww. usług powyżej pułapu określonego w art. 6 pkt 12 tejże ustawy.

Dowód: Skargi konsumentów wskazane w postanowieniu Prezesa Urzędu z dnia 14 maja 2021 r., 31 maja 2021 r. oraz 16 listopada 2021 r., pismo Spółki z dnia 18 czerwca 2020 r., pismo z dnia 10 sierpnia 2020 r., pismo Spółki z dnia 3 listopada 2020 r.

Nieprawidłowości dotyczące sposobu aktywacji usług nietelekomunikacyjnych o nazwie „Gdzie jest dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Zabezpiecz PESEL”, „Cybertarcza” i „Nawigacja Orange”

Prezes Urzędu na podstawie skarg otrzymanych od konsumentów ustalił, iż ww. usługi charakteryzował odmienny niż wskazany w przypadku wyżej wymienionych serwisów subskrypcyjnych („GAMEMINE”, „KidzInMine” oraz „VIDIX.mobi”) sposób aktywacji.

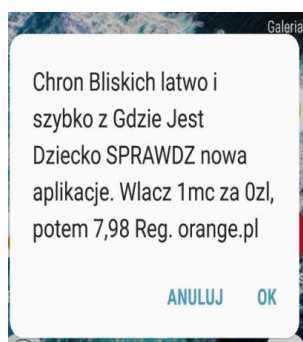
⁴ Przykładowo w przypadku usługi „Gdzie jest dziecko” jest to [*****], usługi „Chroń dzieci w sieci” [*****], usługi „Zabezpiecz PESEL” Krajowy Rejestr Długów Biuro Informacji Gospodarczej S.A. (KRD).



Ww. usługi aktywowane były za pośrednictwem tzw. powiadomienia otrzymanego na numer telefonu konsumenta (tzw. flash SMS).

Konsumenci otrzymywali powiadomienie na numer telefonu (np. o treści „Chron Bliskich łatwo i szybko z Gdzie Jest Dziecko SPRAWDZ nowa aplikacje. Włącz 1mc za 0zł, potem 7,98 Reg. orange.pl”). Konstrukcja powyższego komunikatu z możliwością wyboru przez adresata jednej z dwóch opcji - „ANULUJ” lub „OK” na ekranie telefonu wskazywała, iż otrzymane powiadomienie ma charakter jedynie informacyjny, a wybór którejs z powyższych opcji nie będzie skutkować aktywacją płatnej subskrypcji. Tymczasem wybór przez konsumenta opcji „OK” na ekranie telefonu skutkował uruchomieniem płatnej usługi oraz otrzymaniem kolejnych wiadomości.

Poniżej przedstawiono przykładowy zrzut powiadomienia (komunikatu) otrzymany przez konsumenta (RPW/69803/2019):



Dowód: skarga konsumenta z dnia 5 grudnia 2019 r. (RPW/69803/2019)

Z informacji przekazanych przez konsumentów wynikało, iż do aktywacji usług nietelekomunikacyjnych dochodziło w sposób nieświadomy, bez konieczności dokonywania dodatkowych czynności takich jak np. wysłanie wiadomości SMS. Poniżej zaprezentowano przykłady skarg otrzymywanych przez Prezesa Urzędu (pisownia zgodna z oryginałem, wytłuszczenia własne):

- „Proszę przyjrzeć się usłudze Orange: Chron dzieci w sieci. Zostałem obciążony za usługę, której nie włączałem. Żona dostała sms z Orange, na który nie odpowiedziała. SMS był tak napisany, że nieodpisanie na wiadomość potwierdzało włączenie usługi(...)” (skarga konsumenta z dnia 15 września 2019 r., RPW/54593/2019).

- „(...) Usługa ta jest uruchamiana przez firmę Orange ”z automatu” a wyłączyć można ją podobno poprzez wysłanie sms o treści STOP. Nie rozumiem takiego postępowania. Jakim prawem ktoś obciąża mnie za usługę na którą nie wyraziłem zgody i o której nie miałem pojęcia? (...)”. Konsument wskazał ponadto na otrzymanie wiadomości SMS z numeru 80203 o treści: „Twój login to [*****] a hasło to 798535 (wielkie litery) Zaloguj się na stronie <https://chrondzieciwsieci.pl/login> lub zainstaluj aplikację na telefonie dziecka” oraz wiadomość SMS o treści: „Chron Dzieci w Sieci już działa. Miesiąc ZA DARMO potem zapłacisz 7,98zł co mies. Chcesz zrezygnować? Wyślij STOP na 80794 reg na chrondzieciwsieci.pl” (skarga konsumenta z dnia 2 stycznia 2020 r., RPW/60/2020).

- „ (...) Od dłuższego czasu, co najmniej rok, operator Orange Polska uruchamia u swoich abonentów usługi które nie były zamawiane. W moim przypadku były to między innymi usługi "Gdzie jest dziecko" oraz "Nawigacja Orange". Po uruchomieniu takiej usługi natychmiast do rachunku doliczana jest opłata za nią. Aby wyłączyć usługę trzeba skontaktować się z konsultantem, co również jest płatne. Wyłączenie usługi nie powoduje anulowania opłaty za pierwszy miesiąc, która i tak już została naliczona (...)” (skarga konsumentki z dnia 30 stycznia 2020 r., RPW/4497/2020).

- „Chciałbym złożyć skargę na Operatora Sieci Orange Polska, w związku z budzącą wątpliwości praktyką wysyłania smsów z informacją o darmowej aplikacji „Chroń Dzieci w Sieci” oraz informacją o rezygnacji z tej aplikacji poprzez wysłanie komendy „STOP” na numer 80794. **Operator wymusza wysyłanie smsów, nie informując czy jest to usługa bezpłatna, a wiadomość o tego typu treści można pomylić ze spamem i wyludzeniem danych. W przypadku nie wysłania sms, Operator nalicza koszty w wysokości 19,98 zł miesięcznie, za usługę, która została aktywowana z automatu**” (skarga konsumentki z dnia 4 maja 2020 r., RPW/20442/2020).

- „(...) chciałbym zawiadomić Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów o włączeniu niezamawianej usługi "Chroń Dzieci w Sieci" i równocześnie złożyć skargę na sieć Orange. Usługę zdążyłem wyłączyć co prawda w "darmowym" pierwszym miesiącu (każdy następny 9.99zł), ale nie była przeze mnie zamawiana i została ona bez mojej zgody włączona. Numer na którym została włączona w.w. usługa, jest użytkowany przez moją 80-letnią matkę i tylko zupełnym przypadkiem zauważyłem SMS informujący o aktywowaniu usługi. Jestem pewien, że nie został wysłany żaden SMS aktywujący usługę (...)” (skarga konsumenta z dnia 15 czerwca 2020 r., RPW/27386/2020).

- „(...) załączam kopię reklamacji, którą skierowałam do Orange Polska. Dotyczy bezprawnie doliczanej płatnej usługi, która została aktywowana na moim koncie bez mojej zgody. O tym, w jaki sposób operator informuje o aktywacji usługi świadczą załączone screeny SMSów. Co więcej, wszelka korespondencja od operatora jest zawsze opisana jako Orange - w tym przypadku postępują się numerem 80203 - prawdopodobnie by Klienci potraktowali informację jako reklamę i nie zwrócili na nią uwagi (...)” (skarga konsumentki z dnia 20 września 2020 r., RPW/45611/2020).

- „ (...) W dniu 01.10.2020 otrzymałem emaila od Orange informującego mnie o otrzymaniu przez Orange od mnie zlecenia na uruchomienie usługi "Zabezpiecz Pesel". W związku z tym, że takiego zlecenie nie składałem, zadzwoniłem do Orange dowiedzieć się o co chodzi. Poinformowano mnie, że wysyłają sms, w którym informują o możliwości skorzystania z takiej usługi, a jeśli się nie chce z niej skorzystać należy wysłać sms o treści "Stop". Nie wysłanie takiego smsa skutkuje uruchomieniem usługi. Nr telefonu należy do mnie, ale użytkuje go mój teść. Jest to osoba starsza i prawdopodobnie, albo nie odczytał smsa, albo go zignorował, albo go nie dostał (...)” (skarga konsumenta z dnia 1 października 2020 r., RPW/47598/2020).

- „(...) otrzymałem od operatora Orange SMS w treści : Przekazane od Nawi.Orange: Nawigacja Orange juz działa. Pobierz aplikacje nawigacjaorange.page.link/pobierz i TESTUJ ZA DARMO przez miesiac, potem 12,99 zl/31 dni. Chcesz zrezygnowac, wyslij sms STOP na 80999(0zl). Masz pytania, wejdz na strone orange.pl/lp/nawigacja-orange



lub napisz @ kontakt@nawigujzorange.pl Twoje potwierdzenie warunków zamówionej usługi znajdziesz po zalogowaniu się na www.orange.pl/mojorange. W przypadku ofert abonamentowych w zakładce Umowy i Urządzenia - Pokaż umowę. W przypadku ofert na karte w zakładce Plan taryfowy i karta SIM - Sekcja Dodatkowe zamówienia. **ści Zignorowałem wiadomość, gdyż nie byłem zainteresowany usługą, nie pobrałem aplikacji i nie korzystałem z nawigacji.** Po zakończonym okresie rozliczeniowym tj. 21-10-2020 otrzymałem fakturę, w której oprócz opłaty abonamentowej naliczono mi kwotę 12,99 zł za usługę nawigacji. Wtedy zainteresowałem się treścią otrzymanego 10-09-2020 SMS-a. **Został on tak napisany, że pozostawienie go bez reakcji z mojej strony skutkowało zgodą na korzystanie z usługi**" (skarga konsumenta z dnia 28 października 2020 r., RŁO/80/2020).

- „(...) W związku z otrzymaną fakturą (...) opiewającą na kwotę 130,00 zł oświadczam, że składam reklamację i nie zgadzam się na wykorzystanie wiadomości tekstowej nadesłanej od Państwa firmy w dniu 13 grudnia 2020 roku, godz. 16.09, powodującej dodatkowe obciążenie finansowe kwotą 9,99 zł. Nadesłana przez Państwa oferta „Zabezpiecz PESEL” nie może wymagać ode mnie, jako konsumenta konieczności odesłania zwrotnego SMS w przypadku rezygnacji z usługi (...)” (skarga konsumentki z dnia 31 grudnia 2020 r., RPW/1310/2021).

- „Witam. Chciałem zgłosić próbę naciągania klientów. Ostatnio notorycznie dostaje wiadomość sieciowa po której jeśli ktoś nieswiadomie kliknie ok zostaje obciążony kwotą 9.99zł. Uważam że jest to nie w porządku (...)” (skarga konsumenta z dnia 16 lutego 2021 r., RPW/8656/2021).

- „(..) W fakturze za usługi w sieci Orange dostałem za miesiąc marzec fakturę jak w załączniku. Faktura ta zawiera dodatkową pozycję- Faktura VAT nr [*****] za usługi elektroniczne na kwotę 9.99zł. umieszczona w dziale - Usługi elektroniczne (aplikacje, gry, wideo i inne treści cyfrowe). Z informacji uzyskanej na infolinii Orange dostałem informację że jest opłata za usługę "chronić dzieci w sieci" (...) Nigdy takiej usługi nie zamawiałem ani czynnie aktywowałem, poza tym nie posiadam swoich dzieci - dzieci innych rodziców pozostawiam opiece i ochronie ich rodziców albo państwa (...)” (skarga konsumenta z dnia 10 marca 2021 r., RPW/12992/2021).

- „ (...) Orange wysyła abonentom wiadomości push sms z ofertą (jak w tym przypadku Gdzie jest dziecko), które mimo braku reakcji ze strony klienta powodują naliczenie miesięcznej opłaty do rachunku. Reklamacja została co prawda rozpatrzona pozytywnie, ale kwota ma zostać odjęta dopiero przy następnej fakturze (...)” (skarga konsumenta z dnia 28 czerwca 2021 r., RPW/33486/2021).

- „(...) W dniu 15.09.2021 od operatora orange.pl otrzymałem informację dotyczącą aktywacji usługi o nazwie "Zabezpiecz PESEL". Problemy są dwa: nie aktywowałem tej usługi, a sama usługa jest usługą dodatkowo płatną”. (skarga konsumenta z dnia 16 września 2021 r., RPW/50939/2021).

- „ (...) Jestem abonentem sieci ORANGE. Otrzymuję na telefon w formie wyskakującego okienka ofertę usługi płatnej co miesiąc. Kliknięcie przycisku "ok" jest bardzo prawdopodobne i spowoduje poświadczanie niechcianej zgody na płatną usługę (...)”



(skarga konsumenta z dnia 22 września 2021 r., RPW/52252/2021).

- „(...) Jestem klientem Orange i doświadczyłem złej praktyki biznesowej, którą chciałem zgłosić. Otóż Orange poinformowało mnie sms-em o nowej usłudze Orange - nawigacji i zachęceniu do korzystania. Następnie dostałem fakturę uwzględniającą tę dodatkową usługę. Usługa nie została aktywowana przeze mnie, więc zgłosiłem reklamację, Orange ją uznał (...)” (skarga konsumenta z dnia 11 października 2021 r., RPW/56310/2021).

W piśmie z dnia 21 września 2020 r. Spółka poinformowała, iż w okresie od 1 grudnia 2019 r. do dnia 3 września 2020 r. otrzymała [*****] dotyczących usług „Chroń dzieci w sieci” oraz „Gdzie jest dziecko” (ogólna liczba reklamacji dotycząca ww. usług, które wpłynęły do Spółki). W piśmie z dnia 7 czerwca 2021 r. Spółka poinformowała, iż w okresie od 15 kwietnia 2021 r. do 15 maja 2021 r. otrzymała [*****] dotyczących usług nietelekomunikacyjnych oferowanych pod marką Orange.

Dowód: pismo Spółki z dnia 21 września 2020 r., pismo Spółki z dnia 7 czerwca 2021 r.

Usługa „Zamów z Orange”

Prezes Urzędu na podstawie informacji uzyskanych od Orange Polska ustalił, iż w modelu usługi „Zamów z Orange” Spółka świadczy abonentom odrębną usługę tzw. usługę dostępu (tj. pełni rolę usługodawcy oraz zawiera ze swoim abonentem umowę na świadczenie usługi typu direct billing). Orange Polska z wykorzystaniem świadczonej przez siebie ww. usługi uczestniczy w toku uzyskiwania dostępu do treści cyfrowych lub usług podmiotów trzecich i zapewnia określone funkcjonalności w porozumieniu z podmiotem trzecim (kontrahentem Spółki).

Spółka przewiduje możliwość świadczenia na rzecz swoich abonentów ww. usługi w formie jednorazowej lub cyklicznej. Jednorazowa usługa „Zamów z Orange” jest świadczona w sytuacji dokonania przez abonenta Orange Polska transakcji skutkującej jednorazowym doliczeniem do rachunku za świadczenie usług telekomunikacyjnych przez Spółkę płatności za określoną usługę lub treść cyfrową. W przypadku cyklicznej usługi „Zamów z Orange” Spółka dolicza do rachunku opłatę przez określony czas (w ramach cykli rozliczeniowych). Usługa ulega automatycznemu odnowieniu, np. w przypadku aktywacji przez abonentów płatnych serwisów subskrypcyjnych.

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 13 października 2021 r.

Prezes Urzędu ustalił, iż Spółka przy realizacji przedmiotowej usługi współpracuje z kontrahentami. Zgodnie z udzielonymi przez Spółkę wyjaśnieniami Orange Polska zawarła umowy z [*****]

*****]

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Spółkę w piśmie z dnia 7 czerwca 2021 r.,



Orange Polska przy świadczeniu usługi „Zamów z Orange” współpracuje z [*****].

W toku prowadzonego postępowania Prezes Urzędu przeanalizował treść przekazanych przez Spółkę umów z wybranymi kontrahentami, tj. dostawcami usług, których dotyczyły wskazywane przez konsumentów nieprawidłowości („GAMEMINE”, „KidzInMine”, „VIDIX.mobi”) tj. [*****].

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r., pismo Spółki z dnia 7 czerwca 2021 r., pismo Spółki z dnia 30 listopada 2021 r., [*** (dalej jako: umowy zawarte z kontrahentami - załącznik do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. oraz 16 września 2020 r.)**

Prezes Urzędu na podstawie wyjaśnień Spółki w piśmie z dnia 6 kwietnia 2021 r. ustalił, iż model współpracy przewidziany w treści przekazanych przez Orange Polska ww. umów (świadczenie usługi w jednym z dwóch modeli w zależności od urządzenia końcowego oraz transmisji danych - por. str. 34 Decyzji) oraz przewidziane w umowach zasady odpowiedzialności Orange Polska i kontrahentów [*****].

Dowód: pismo Spółki z dnia 6 kwietnia 2021 r.

Kwalifikacja usługi „Zamów z Orange”

Prezes Urzędu na podstawie regulaminu z dnia 18 kwietnia 2018 r. oraz 13 października 2021 r. ustalił, iż usługa „Zamów z Orange” określona została przez Spółkę jako usługa świadczona drogą elektroniczną w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (tj. Dz.U. z 2020, poz. 344).

Jednocześnie zgodnie z przekazanymi przez Spółkę w piśmie z dnia 3 listopada 2020 r. wyjaśnieniami świadczona przez Orange Polska usługa *nie jest jednoznacznie uznawana* przez Orange Polska za usługę płatniczą w rozumieniu ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r.



o usługach płatniczych (tj. Dz. U. z 2020 r. poz. 794 i 1639 oraz z 2021 r. poz. 355). Spółka wskazała, iż w związku z wątpliwościami interpretacyjnymi przepisów ustawy o usługach płatniczych, Orange Polska przyjęła, iż ww. usługa objęta będzie limitami określonymi w art. 6 pkt 12 ustawy o usługach płatniczych (równowartość w walucie polskiej 50 euro dla jednej transakcji, 300 euro dla łącznej sumy). W toku świadczenia przedmiotowej usługi Spółka nie przewiduje możliwości nabycia produktów (treści cyfrowych lub usług) powyżej ww. limitów określonych w art. 6 pkt 12 ustawy o usługach płatniczych

Dowód: regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 13 października 2021 r., pismo Spółki z dnia 3 listopada 2020 r.

W toku prowadzonego postępowania Prezes Urzędu zwrócił się o wyrażenie stanowiska przez Urząd Komisji Nadzoru Finansowego w sprawie możliwej klasyfikacji świadczonej przez Spółkę usługi „Zamów z Orange”. Uwzględniając stanowisko Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 1 września 2020 r., Prezes Urzędu ustalił, iż usługa „Zamów z Orange” świadczona przez Spółkę wypełnia przesłanki, o których mowa w art. 6 pkt 12 lit. a) ustawy o usługach płatniczych, tj. transakcji płatniczej (objętej wyłączeniem) przeprowadzanej przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego, która dokonywana jest obok usług telekomunikacyjnych na rzecz użytkownika końcowego i doliczona do należności za usługi telekomunikacyjne w celu nabycia treści cyfrowych. Powyższe wyłączenie zgodnie z ustawą o usługach płatniczych znajdzie zastosowanie w sytuacji, *gdy wartość pojedynczej transakcji płatniczej nie przekracza równowartości w walucie polskiej 50 euro oraz łączna wartość transakcji płatniczych dotyczących jednego użytkownika końcowego, także w przypadku gdy należności za usługi telekomunikacyjne są opłacane z góry, nie przekracza równowartości w walucie polskiej 300 euro miesięcznie, przy czym kwoty wyrażone w euro oblicza się przy zastosowaniu kursu średniego ogłaszanego przez NBP, obowiązującego w dniu 31 października poprzedniego roku.*

W konsekwencji usługę „Zamów z Orange” należy uznać za usługę płatniczą (objętą ww. wyłączeniem).

Dowód: pismo Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 1 września 2020 r.

Podstawa świadczenia usługi „Zamów z Orange”

Prezes Urzędu ustalił, iż na dzień wydania przedmiotowej decyzji Spółka świadczy swoim abonentom ww. usługę w oparciu o wzorzec umowny - regulamin usługi „Zamów z Orange”, który obowiązuje od dnia 13 października 2021 r. Podstawą świadczenia ww. usługi był również regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r.

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 listopada 2021 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 13 października 2021 r.

Prezes Urzędu ustalił, iż w zawartych przez Spółkę z konsumentami umowach dotyczących usług telekomunikacyjnych brak postanowień stanowiących o realizacji przez Orange Polska na rzecz swoich abonentów usługi „Zamów z Orange”.



Dowód: przykładowe komplety wzorców umów dotyczących usług telefonii komórkowej oraz dostępu do Internetu - załącznik do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r.

W ramach prowadzonego postępowania Prezes Urzędu przeanalizował treść regulaminu usługi „Zamów z Orange” w wersji z dnia 18 kwietnia 2018 r. oraz 13 października 2021 r. Prezes Urzędu ustalił, iż treść wzorca umownego z dnia 13 października 2021 r. uległa zmianie (m.in. w zakresie sposobu skorzystania z usługi i autoryzacji transakcji z wykorzystaniem kodu PIN).

Zgodnie z treścią regulaminu z dnia 13 października 2021 r. świadczona przez Orange Polska usługa zdefiniowana została jako *usługa polegająca na dostawie treści cyfrowych*. W przypadku regulaminu usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r. ww. usługa definiowana była jako *usługa dostawy treści cyfrowych świadczona przez Operatora na zasadach określonych w niniejszym Regulaminie; w ramach Usługi Dostępu Użytkownik, za pomocą cyfrowych narzędzi dostępu zapewnionych przez Operatora, nabywa dostęp do Produktów [treści cyfrowych lub usług - przypis własny] oferowanych przez Dostawców [podmioty trzecie-przypis własny] na Platformach [strona internetowa lub aplikacja mobilna pozostająca pod kontrolą podmiotu trzeciego - przypis własny]*.

Podmiotami trzecimi definiowanymi przez Spółkę w regulaminach z dnia 18 kwietnia 2018 r. oraz 13 października 2021 r. jako „dostawcy” mogą być bezpośredni kontrahenci Orange Polska (określani w zawartych ze Spółką umowach jako dostawcy), którzy mogą współpracować z podwykonawcami, jak również podwykonawcy agregatorów (tzw. partnerzy handlowi), z którymi Spółka współpracuje na podstawie zawartych umów.

Zgodnie z treścią ww. wzorców umownych skorzystanie z usługi możliwe jest za pośrednictwem urządzenia z dostępem do Internetu np. telefonu z kartą SIM aktywną w sieci Spółki lub innego urządzenia posiadającego dostęp do sieci Internet np. z wykorzystaniem WIFI. Treści cyfrowe określone zostały jako np. serwisy wideo, aplikacje, gry, dzwonki, tapet, z których konsumenci mogą skorzystać z wykorzystaniem ww. urządzenia.

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 listopada 2021 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 13 października 2021 r.

Prezes Urzędu na podstawie postanowień stosowanych przez Spółkę wzorców umów oraz wyjaśnień Spółki ustalił, iż w ramach świadczonej usługi „Zamów z Orange” Spółka przewiduje limity opłat, którymi obciążeni mogą zostać abonenci. Ww. limity w wysokości 50 euro dla pojedynczej transakcji oraz 300 euro dla wszystkich transakcji w danym okresie rozliczeniowym wypełniają przesłanki wyłączenia, o którym mowa w art. 6 pkt 12 lit. a) ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych (por. str. 28 Decyzji). Ww. limity nie uwzględniają opłat za usługi o podwyższonej opłacie w rozumieniu art. 64 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2021 r., poz. 576).

Dowód: regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 13 października 2021 r., umowy zawarte z kontrahentami - załącznik do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. oraz 16 września 2020 r.,



pismo Spółki z dnia 3 listopada 2020 r.

Tzw. cyfrowe narzędzie dostępu (wskazane w regulaminie z dnia 18 kwietnia 2018 r).

Prezes Urzędu na podstawie regulaminu z dnia 18 kwietnia 2018 r⁵. oraz zawartych z kontrahentami umów ustalił, iż Spółka świadczy ww. usługę z wykorzystaniem tzw. „cyfrowego narzędzia dostępu”. Oznacza to, iż podczas świadczenia usługi „Zamów z Orange” Spółka przewiduje i udostępnia abonentom ww. funkcjonalność, która umożliwia nabycie treści cyfrowych lub usług oferowanych przez podmioty trzecie na stronach internetowych lub w aplikacjach mobilnych (ww. „platformach”). Warunkiem koniecznym uzyskania dostępu do ww. treści cyfrowych (lub usług) jest skorzystanie z ww. narzędzia w ramach świadczonej przez Spółkę usługi. Dodatkowym warunkiem jest posiadanie dostępu do Internetu w momencie składania zamówienia z urządzenia końcowego, którym posługuje się abonent Spółki (np. telefonu komórkowego, tabletu czy komputera).

Z analizy zawartych przez Spółkę z wybranymi kontrahentami umów wynika, iż [*****].

Prezes Urzędu ustalił również, iż za „cyfrowe narzędzia dostępu” zgodnie z informacjami przekazanymi przez Orange Polska oraz zawartymi z kontrahentami umowami o współpracy, rozumieć należy [*****].

Dowód: regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r., umowy zawarte z kontrahentami - załącznik do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. oraz 16 września 2020 r.

Odpowiedzialność za świadczenie usługi „Zamów z Orange” i „narzędzie dostępu”⁶

Na podstawie treści regulaminów, umów z kontrahentami oraz wyjaśnień Orange Polska, Prezes Urzędu ustalił, iż usługa „Zamów z Orange” jest usługą świadczoną przez Spółkę we własnym imieniu na rzecz swoich abonentów (dochodzi do zawarcia osobnej w stosunku

⁵ Pojęcie nie zostało wskazane w regulaminie usługi „Zamów z Orange” z dnia 13 października 2021 r. Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki zasady świadczenia usługi z wykorzystaniem ww. narzędzia nie uległy zmianie [*****]

⁶ Pojęcie pojawia się w Regulaminie z dnia 18.04.2018 r. oraz umowach z kontrahentami - por. uwagi dotyczące usługi „Zamów z Orange” (str. 30 Decyzji)



do umowy dotyczącej usług telekomunikacyjnych umowy pomiędzy Spółką i abonentem). Spółka ponosi odpowiedzialność za świadczenie ww. usługi (w tym zapewnienie dostępu do wybranej przez konsumenta usługi lub treści cyfrowej oraz prawidłowe naliczenie opłaty (z wykorzystaniem funkcjonalności w postaci opisanego powyżej „narzędzia dostępu”) wobec swoich abonentów. Zgodnie z treścią przeanalizowanych umów [*****].

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r., umowy zawarte z kontrahentami - załącznik do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. oraz 16 września 2020 r.

Prezes Urzędu ustalił również, iż w przypadku uzyskania dostępu do treści cyfrowych lub usług z wykorzystaniem ww. usługi Orange Polska dochodzi również do zawarcia przez abonenta umowy z dostawcą tj. podmiotem trzecim oferującym treści cyfrowe lub usługi. Dostęp do ww. treści lub usług umożliwia strona internetowa lub aplikacja mobilna, za którą odpowiedzialność ponosi ww. podmiot trzeci (tzw. „platforma” na której oferowane są usługi lub treści cyfrowe). Za wady zamówionego „produktu” (treści cyfrowej lub usługi) na mocy zawartej z abonentem umowy odpowiedzialność, co do zasady ponosi podmiot trzeci.

Analiza regulaminu usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r. oraz umów zawartych z kontrahentami wskazała, iż Spółka nie ponosi odpowiedzialności za naruszenie umowy łączącej abonenta z podmiotem trzecim (np. za wady treści cyfrowej lub usługi), funkcjonowanie stron internetowych lub aplikacji mobilnych oraz aktywność abonenta na ww. platformach. Wyjątek stanowi m.in. sytuacja, w której aktywność abonenta na platformie związana jest bezpośrednio z usługą „Zamów z Orange” świadczoną przez Spółkę, wady zamówionej usługi lub treści cyfrowej lub wadliwości w funkcjonowaniu stron internetowych (aplikacji mobilnych), które wynikły z winy Spółki. W takim przypadku odpowiedzialność ponosi Orange Polska. Odpowiedzialność za treść regulaminu usługi zgodnie z treścią zawartych umów [*****].

Prezes Urzędu ustalił również, iż umowy zawarte przez Spółkę z kontrahentami różnicują odpowiedzialności pomiędzy stronami. Na podstawie zawartych umów [*****].

Dowód: regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r., umowy zawarte z kontrahentami - załącznik do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. oraz 16 września 2020 r.



Ww. postanowienia zawartych przez Spółkę umów pozostają wiążące i regulują wewnętrzne stosunki (prawa i obowiązki) pomiędzy Orange Polska oraz jej kontrahentami. Bez względu na wskazany w umowach zakres i zasady odpowiedzialności kontrahentów [*****], podmiotem świadczącym usługę „Zamów z Orange” i ponoszącym odpowiedzialność wobec abonentów jest Spółka.

Zgodnie z pkt 44 regulaminu usługi „Zamów z Orange” z dnia 13 października 2021 r., abonenci uprawnieni są do złożenia reklamacji do Spółki w sytuacji, gdy Orange Polska nie świadczyła ww. usługi lub świadczyła ją niezgodnie z regulaminem. W szczególności dotyczy to sytuacji, gdy Spółka *nie zapewniła dostępu do wybranej Treści cyfrowej lub pobrała niewłaściwą opłatę*. Zgodnie z treścią ww. wzorca umownego w sytuacji kwestionowania przez konsumenta jakości zamówionego „produktu” reklamacja powinna zostać złożona do jego dostawcy (pkt 45 regulaminu).

Kwestia rozpatrywania przez Spółkę reklamacji uregulowana została również w § 8 regulaminu usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r. zgodnie z którym *za reklamację rozumieć należy zgłoszenie przez Użytkownika niezadowolenia lub roszczeń z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania przez Operatora Usługi Dostępu*.

Dowód: regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 13 października 2021 r.

Model świadczenia usługi „Zamów z Orange” i sposób aktywacji treści cyfrowych (lub usług) podmiotów trzecich

Prezes Urzędu na podstawie regulaminu z dnia 13 października 2021 r. ustalił, iż warunkiem skorzystania z usługi „Zamów z Orange” jest wybranie przez klienta (abonenta Spółki) w procesie zakupowym (np. gry) ww. usługi na stronie internetowej lub aplikacji mobilnej podmiotu trzeciego. Przed dokonaniem zakupu konsument powinien zostać poinformowany o treści regulaminu ww. usługi oraz zamawianego „produktu” oraz potwierdzić zamówienie z wykorzystaniem przycisku „Zamawiam i płacę” (lub podobnego). Do realizacji transakcji i obciążenia konsumenta opłatą konieczna jest jego uprzednia pozytywna weryfikacja finansowa przez Spółkę.

Analiza ww. wzorca umownego przez Prezesa Urzędu wykazała ponadto, iż do pomyślnej aktywacji usług lub treści cyfrowych z wykorzystaniem świadczonej przez Spółkę usługi „Zamów z Orange” wymagana jest uprzednia autoryzacja w postaci kodu PIN (otrzymanego na numer telefonu abonenta). Ww. autoryzację w zależności od urządzenia końcowego i rodzaju transmisji danych, z których korzysta abonent poprzedza automatyczne sczytanie numeru MSISDN przez Spółkę lub wpisanie numeru MSISDN na stronie internetowej.

Pkt. 10 i 11 ww. wzorca umownego wskazuje, iż *jeśli korzystają Państwo z połączenia internetowego poprzez kartę SIM Orange na telefonie lub tablecie - możemy automatycznie sczytać Państwa numer telefonu. Natomiast jeśli korzystają Państwo z innego połączenia internetowego - poprosimy o Państwa numer telefonu (MSISDN) w sieci Orange. Powinni go Państwo wpisać w formularzu elektronicznym naszej Usługi udostępnionym przez Dostawcę. Na Państwa numer telefonu wyślemy SMS aktywacyjny*



z kodem PIN. Otrzymany kod powinni Państwo samodzielnie wpisać w formularzu elektronicznym udostępnionym przez Dostawcę. Jeśli nie wpiszą Państwo kodu PIN, nie będziemy mogli włączyć Usługi.

Dowód: regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 13 października 2021 r.

Ponadto Prezes Urzędu na podstawie skarg konsumentów, wyjaśnień Spółki, regulaminów usługi „Zamów z Orange” oraz umów ramowych o współpracy z kontrahentami ustalił również, że w toku realizacji przedmiotowej usługi do abonentów przesyłane są wiadomości SMS informujące o aktywacji przedmiotowego serwisu z wykorzystaniem świadczonej przez Spółkę usługi, naliczeniu opłaty oraz jej wysokości (również naliczeniu opłaty za kolejny okres rozliczeniowy) oraz o sposobie rezygnacji. W treści niektórych wiadomości wskazywane są również numery, na które można wystąpić z żądaniem anulowania subskrypcji (z tytułu wystąpienia przez abonenta żądania anulowania subskrypcji na wskazany w wiadomości numer nie jest on obciążany dodatkowymi opłatami). W treści większości z otrzymanych wiadomości znajduje się również informacja, iż dokument potwierdzający warunki zawarcia umowy na usługę „Zamów z Orange” zamieszczony jest przez Spółkę w serwisie Mój Orange, który jest dostępny za pośrednictwem strony internetowej lub aplikacji mobilnej w formacie pliku pdf.

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r., pismo Spółki z dnia 18 czerwca 2020 r., pismo Spółki z dnia 10 sierpnia 2020 r., pismo Spółki z dnia 7 czerwca 2021 r., pismo Spółki z dnia 30 listopada 2021 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 13 października 2021 r., umowy zawarte z kontrahentami - załącznik do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. oraz 16 września 2020 r.

Poniżej przedstawiono przykładowy szablon wiadomości SMS dotyczące serwisu „Kidzinmind” (pisownia oryginalna) przekazany przez Spółkę w piśmie z dnia 30 listopada 2021 r.:

SERWIS Kidzinmind

Otrzymujesz dostęp do $\{nazwa_produktu\}$, koszt $\{cena_brutto\}$ pln co $\{ilosc_dni_cyklu\}$ dni. Rezygnacja-kliknij: kidzinmind.com/pl/#!/status Twoje potwierdzenie warunków zamawianej usługi znajdziesz po zalogowaniu się na www.orange.pl/mojorange. W przypadku ofert abonamentowych w zakładce Umowy i Urządzenia - Pokaz umowe. W przypadku ofert na karte w zakładce Plan taryfowy i karta SIM - sekcja Dodatkowe zamówienia. Pozdrawiamy

Spółka poinformowała, iż z uwagi na wymóg uprzedniej autoryzacji w postaci kodu PIN, konsument każdorazowo otrzymuje również dodatkowy SMS zawierający PIN (przed aktywacją usługi lub treści cyfrowej, bez względu na urządzenie końcowe oraz rodzaj transmisji danych)⁷.

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 listopada 2021 r.

⁷ Np. Aby skorzystać z usługi dostępu do VIDIX.mobi tydzień, koszt $\{cena_brutto\}$ zł co $\{ilosc_dni_cyklu\}$ dn. Wpisz PIN $\{PIN\}$ na stronie WWW i postępuj zgodnie z instrukcją.



W toku przeprowadzonego postępowania sposób uwierzytelnienia płatności (kod PIN) z wykorzystaniem świadczonej przez Spółkę usługi uległ zmianie. Na podstawie regulaminu usługi z dnia 18 kwietnia 2018 r., umów ramowych z kontrahentami oraz wyjaśnień Orange Polska, Prezes Urzędu ustalił, iż usługa dostępu „Zamów z Orange” do [*****] świadczona była przez Spółkę w jednym z dwóch modeli w zależności od urządzenia końcowego (np. telefonu, komputera) i rodzaju transmisji danych, z których korzystał abonent tj.

- a) urządzenia wyposażonego w aktywną kartę SIM w sieci Orange Polska z włączoną transmisją danych za pośrednictwem sieci telekomunikacyjnej Spółki lub
- b) urządzenia niewyposażonego w aktywną kartę SIM w sieci Spółki posiadającego aktywny dostęp do Internetu np. za pośrednictwem WIFI lub urządzenia niewyposażonego w kartę SIM w sieci Spółki np. komputera.

Obydwa modele do [*****] odróżniał sposób autoryzacji przed złożeniem zamówienia na daną usługę (lub treść cyfrową). W przypadku korzystania przez abonenta z urządzenia wyposażonego w aktywną kartę SIM w sieci Orange Polska z włączoną transmisją danych za pośrednictwem sieci telekomunikacyjnej Spółki nie było wymagane wpisanie kodu PIN (lub zatwierdzenie kodu PIN w aplikacji mobilnej) lub odpowiedź na zapytanie kontrolne. W powyższym przypadku konsument, który chciał skorzystać z usługi podmiotu trzeciego, był weryfikowany (uwierzytelniany) jako abonent Spółki po numerze MSISDN, bez konieczności dokonania dodatkowych czynności tj. uprzedniego wpisania numeru MSISDN przed złożeniem zamówienia na stronie internetowej lub w aplikacji mobilnej oraz otrzymanego kodu PIN.

Powyższe rozróżnienie przewidziane zostało w regulaminie z dnia 18 kwietnia 2018 r. W § 3 pkt 2 ww. wzorca umownego wskazano, iż w przypadku abonenta korzystającego z urządzenia końcowego niewyposażonego w aktywną kartę SIM, który wpisał numer MSISDN (numer telefonu) na stronie internetowej lub aplikacji mobilnej *w ramach procedury zamawiania Produktu Operator prześle wiadomość SMS na numer MSISDN zebrany na Platformie kod PIN lub zapytanie kontrolne - celem weryfikacji zamówienia. W treści wiadomości zawarte będą również informacje o cenie i nazwie zamawianego Produktu. Wpisanie kodu PIN na podstronie zamawiania Usługi Dostępu znajdującej się na Platformie wraz z zaznaczeniem pola „Zamawiam i Płacę” będzie oznaczać złożenie zamówienia z obowiązkiem zapłaty. Jednakże w przypadku, gdy Platformą jest aplikacja mobilna, wpisanie lub zatwierdzenie kodu PIN może być częściowo lub całkowicie zautomatyzowane (§ 3 pkt 3 regulaminu z dnia 18 kwietnia 2018 r.).*

Zgodnie z treścią regulaminu z dnia 18 kwietnia 2018 r. oraz umów zawartych z kontrahentami Spółki w przypadku skorzystania przez użytkownika z urządzenia np. telefonu komórkowego wyposażonego w aktywną kartę SIM w sieci Spółki, numer MSISDN **mógł zostać sczytany przez stronę internetową lub aplikację mobilną automatycznie**. Abonent zainteresowany skorzystaniem z usługi „Zamów z Orange” nie wpisywał numeru MSISDN na tzw. „podstronie zamawiania usługi” (stanowiącej element składowy „cyfrowego narzędzia dostępu”) zamieszczonej na stronie internetowej lub w aplikacji mobilnej. Ponadto nie było również wymagane dokonanie przez abonenta czynności takich jak wpisanie (lub zatwierdzenie kodu PIN w aplikacji mobilnej) lub odpowiedź na zapytanie kontrolne. Spółka w piśmie z dnia 18 czerwca 2020 r.



wskazała, iż każdorazowo przed uzyskaniem dostępu do treści cyfrowych (lub usług) abonent musi zatwierdzić odpowiednie pole wskazujące na istnienie obowiązku zapłaty. Zgodnie z wyjaśnieniami przekazanymi przez Orange Polska *bez potwierdzenia przez konsumenta przycisku „Zamawiam i płacę” nie jest możliwe uzyskanie dostępu do usług podmiotu świadczącego daną usługę* (po uprzednim umożliwieniu zapoznania się i akceptacji regulaminu usługi „Zamów z Orange”).

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r., pismo Spółki z dnia 10 sierpnia 2020 r. pismo Spółki z dnia 30 marca 2021 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r., umowy zawarte z kontrahentami - załącznik do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. oraz 16 września 2020 r.

Prezes Urzędu na podstawie wyjaśnień Spółki przedstawionych w piśmie z dnia 30 września 2019 r., 10 sierpnia 2020 r. oraz 30 marca 2021 r. ustalił, iż od [*****], aby skorzystać ze świadczonej przez Spółkę usługi „Zamów z Orange” (w obydwu oferowanych modelach) abonent každorazowo zobowiązany jest do wprowadzenia jednorazowego kodu PIN, który jest przesyłany na numer telefonu (MSISDN) abonenta.

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r., pismo Spółki z dnia 10 sierpnia 2020 r., pismo Spółki z dnia 30 marca 2021 r.

Prezes Urzędu na podstawie wyjaśnień Spółki w piśmie z dnia 6 kwietnia 2021 r. ustalił, iż zmianie w ww. zakresie [*****].

Dowód: pismo Spółki z dnia 6 kwietnia 2021 r.

Sposób aktywacji serwisów „GAMEMINE”, „KidzInMine”, „VIDIX.mobi” z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” zaprezentowany przez Spółkę:

Prezes Urzędu na podstawie wyjaśnień Spółki w toku postępowania, która załączyła również zrzuty ekranu przedstawiające sposób aktywacji, ustalił, iż ścieżka aktywacji serwisów „GAMEMINE”, „KidzInMine”, „VIDIX.mobi”, których dotyczyły m.in. wskazane przez konsumentów nieprawidłowości, przedstawiać się powinna następująco:

1. Konsument wybierał treść cyfrową (dostępną na stronie internetowej lub w aplikacji mobilnej). Reklama przedmiotowych serwisów może mieć miejsce np. za pośrednictwem reklamy zamieszczonej w serwisie youtube.pl. Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki konsument przekierowywany jest wówczas na stronę wskazaną w pkt. 2;
2. Następuje przekierowanie na stronę, na której zamieszczony jest regulamin świadczenia usługi „Zamów z Orange”, regulamin serwisu i/lub „platformy” oraz informacja o wysokości opłaty i częstotliwość jej pobierania (w tym informacja o ewentualnym bezpłatnym okresie próbnym). W tym samym miejscu zamieszczony



jest przycisk „Akceptuję poniższe zapisy”;

3. Następuje przekierowanie na kolejną stronę, na której zamieszczona zostaje informacja o konieczności zaakceptowania przycisku „Zamawiam i płacę” (lub podobnego), aby rozpocząć korzystanie z serwisu;
4. Konsument otrzymuje SMS z potwierdzeniem realizacji transakcji i zawarciem umowy na usługę „Zamów z Orange”.

Na urządzeniach bez karty SIM w sieci Orange zakup jest dodatkowo zabezpieczony autoryzacją kodem PIN.

Prezes Urzędu na podstawie informacji przekazanych przez Spółkę (w tym dołączonych zrzutów ekranu) ustalił, iż [*****] w modelu usługi z urządzeniem wyposażonym w aktywną kartę SIM w sieci Orange Polska z włączoną transmisją danych za pośrednictwem sieci telekomunikacyjnej Spółki, aktywacja serwisów, których dotyczyły m.in. wskazywane przez konsumentów nieprawidłowości (serwisów „GAMEMINE”, „KidzInMine oraz „VIDIX.mobi”) nie wymagała od abonentów dodatkowych czynności takich jak podanie numeru telefonu (MSISDN) na stronie internetowej lub aplikacji mobilnej, odpowiedzi na zapytanie kontrolne czy potwierdzenia aktywacji usługi otrzymanym numerem PIN.

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r., pismo Spółki z dnia 10 sierpnia 2020 r., pismo z dnia 23 marca 2021 r.

Analiza skarg konsumentów wykazała, iż w rzeczywistości przebieg aktywacji ww. serwisów opisany powyżej, był inny (por. str. 19 -22 Decyzji).

Analiza skarg wykazała, iż do aktywacji usług w części przypadków dochodziło w sposób nieświadomy, bez konieczności dokonywania dodatkowych czynności takich jak zaakceptowanie przycisku „Zamawiam i płacę” oraz wyrażenia zgody na wcześniejsze świadczenie usługi (abstrahując od konieczności wpisania numeru MSISN czy kodu PIN). O fakcie aktywacji usług i naliczeniu dodatkowej opłaty abonenci Spółki dowiadawali się często dopiero po otrzymaniu rachunku za usługi telekomunikacyjne.

Dowód: Skargi konsumentów wskazane w postanowieniu Prezesa Urzędu z dnia 14 maja 2021 r., 31 maja 2021 r. oraz 16 listopada 2021 r.

Sposób aktywacji własnych usług nietelekomunikacyjnych oferowanych pod marką „Orange Polska” („Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza”, „Zabezpiecz PESEL”)

Prezes Urzędu na podstawie skarg konsumentów oraz wyjaśnień Spółki ustalił, iż usługi inne niż telekomunikacyjne świadczone przez Spółkę (tzw. „usługi nietelekomunikacyjne oferowane pod marką Orange Polska”) o nazwie Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza”, oraz „Zabezpiecz PESEL” aktywowane



są m.in. za pomocą tzw. powiadomienia (komunikatu)⁸ otrzymanego na numer telefonu (MSISDN) abonenta. Ww. powiadomienia (komunikaty) stanowią tzw. SMS flash, tj. rodzaj wiadomości pojawiającej się na ekranie telefonu (bez konieczności dokonywania dodatkowych czynności ze strony odbiorcy np. wyboru menu i treści otrzymanej wiadomości).

Dowód: Skargi konsumentów wskazane w postanowieniu Prezesa Urzędu z dnia 14 maja 2021 r., 31 maja 2021 r. oraz 16 listopada 2021 r., pismo Spółki z dnia 18 czerwca 2020 r., pismo Spółki z dnia 10 sierpnia 2021 r., pismo Spółki z dnia 23 września 2020 r.

Prezes Urzędu na podstawie informacji przekazanych przez Spółkę ustalił, iż ww. powiadomienia (tzw. SMS flash) pełnią rolę wiadomości informacyjnych, które wysyłane są do konsumenta przez Orange Polska z numeru 80153 i wyświetlane na ekranie telefonu abonenta Spółki. Ten sposób aktywacji usług wykorzystuje mechanizm [*****] Ww. wiadomości nie są zapisywane w skrzynce odbiorczej SMS na urządzeniu (nie podlegają archiwizacji) oraz nie są uwzględniane w treści billingów doręczanych abonentom Spółki. Zgodnie z wyjaśnieniami Orange Polska, Spółka nie weryfikuje doręczenia powiadomień (komunikatów na telefon) na numer MSISDN konsumenta.

Ww. usługi mogą być aktywowane zarówno przez konsumentów, jak i abonentów niebędących konsumentami. W przypadku drugiej grupy adresatów zgodnie z informacjami przekazanymi przez Spółkę nie jest możliwa aktywacja ww. usług za pośrednictwem powiadomień (komunikatów) otrzymywanych na telefon.

Analiza materiału dowodowego wykazała, iż ww. komunikaty wysłane są do abonentów, którzy wyrazili zgodę na komunikację marketingową oraz nie zgłosili sprzeciwu dotyczącego przetwarzania ich danych do celów marketingowych. Ponadto w zależności od danej usługi przy doborze adresatów ww. wiadomości informacyjnych Spółka uwzględnia m.in. wiek i rodzaj oferty, z której korzysta abonent (plan taryfowy).

Prezes Urzędu na podstawie informacji przekazanych przez Orange Polska w piśmie z dnia 23 września 2020 r. ustalił, iż ww. powiadomienia wysyłane są przez Spółkę od [*****] (w przypadku usługi „Zabezpiecz PESEL” Spółka poinformowała, iż komunikaty wysyłane są [*****]).

Zgodnie ze stanowiskiem Spółki wyrażonym w piśmie z dnia 10 sierpnia 2020 r. po otrzymaniu ww. wiadomości informacyjnej, wybór przez konsumenta przycisku „OK” oznacza wyrażenie woli aktywacji usługi, której otrzymana informacja dotyczy, natomiast wybór przycisku „Anuluj” oznacza brak chęci aktywacji. Wg. Spółki powyższe (wybór przycisku „OK”) *dopiero rozpoczyna proces aktywacji usługi, do której dojdzie po wyraźnym potwierdzeniu chęci aktywacji, np. przez SMS od konsumenta do usługi.* Analiza przez Prezesa Urzędu dalszych wyjaśnień Spółki w toku przedmiotowego postępowania wykazała,

⁸ Komunikaty w zależności od aktywowanej usługi mają różną treść np. „Codziennie tracisz czas stojąc w korkach? Zmieni to z NAWIGACJA ORANGE. Testuj 1 miesiąc za 0 zł/potem 12,99mc”.



że ww. potwierdzenie aktywacji dokonywane jest automatycznie w wygenerowanej wiadomości.

Dowód: pismo Spółki z dnia 18 czerwca 2020 r., pismo Spółki z dnia 10 sierpnia 2021 r., pismo Spółki z dnia 23 września 2020 r.

Prezes Urzędu na podstawie wyjaśnień Spółki w piśmie z dnia 23 września 2020 r. ustalił, iż proces aktywacji płatnych usług nietelekomunikacyjnych oferowanych pod marką Orange Polska za pośrednictwem komunikatu („SMS flash”) odbywa się w następujący sposób:

1. Konsument otrzymuje powiadomienie (komunikat na telefon), które nie podlega archiwizacji w skrzynce odbiorczej;
2. W celu aktywacji usługi, której dotyczy powiadomienie (komunikat na telefon), konsument musi potwierdzić jej aktywację (poprzez wybranie przycisku "OK");
3. Wybór przycisku „OK” powoduje wygenerowanie i wysłanie z telefonu konsumenta SMS potwierdzającego aktywację wybranej usługi (nie jest konieczne podjęcie przez konsumenta żadnych dodatkowych czynności)⁹. Informacja o wysłaniu SMS uwzględniona jest na rachunku szczegółowym;
4. W kolejnym kroku następuje próba włączenia usługi, w trakcie której przeprowadzana jest weryfikacja, czy konsument posiada aktywną blokadę na usługi elektroniczne, w przypadku gdy nie jest ona aktywna, dochodzi do włączenia usługi;
5. Po włączeniu usługi konsument otrzymuje SMS potwierdzający uruchomienie usługi¹⁰. Do klienta wysyłany jest SMS przez Spółkę lub jej kontrahenta, w którym zawarte są następujące informacje; jaka usługa została włączona, ile trwa darmowy okres, ile klient będzie płacił po okresie darmowym, jak wyłączyć usługę.

Dowód: pismo Spółki z dnia 23 września 2020 r.

Potwierdzenie zawarcia umowy na usługę „Zamów z Orange” oraz umowy na treści cyfrowe (lub usługi) podmiotów trzecich

Prezes Urzędu ustalił, iż w toku realizacji przedmiotowej usługi „Zamów z Orange” do abonentów przesyłane są wiadomości SMS informujące o uzyskaniu dostępu do określonej usługi lub treści cyfrowej podmiotu trzeciego z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange”, naliczeniu opłaty oraz jej wysokości (również naliczeniu opłaty za kolejny okres rozliczeniowy) oraz o sposobie rezygnacji. Otrzymywane z abonentów wiadomości SMS dotyczą potwierdzenia warunków zawarcia umowy z danym dostawcą treści cyfrowej (lub innej usługi) w zakresie usługi, z której skorzystał abonent. Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki w treści ww. wiadomości abonent Spółki zostaje poinformowany o tym, iż potwierdzenie warunków zawarcia umowy na usługę „Zamów z Orange” jest dostępne po zalogowaniu się w serwisie Mój Orange w formacie pliku pdf (w zakładce dodatkowe zamówienia).

Poniżej przedstawiono przykładowy szablon potwierdzenia dla usługi „Kidzinmind” aktywowanej z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange”:

⁹ Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki przykładowa treść wiadomości potwierdzającej aktywację dla usługi „Chronić Dzieci w Sieci” - „SZ” wysłane na numer 80203, dla usługi Gdzie „Gdzie Jest Dziecko” - „TAK” wysłane na 60504.

¹⁰ Zgodnie z ustaleniami Prezesa Urzędu treść ww. wiadomości różni się w zależności od oferowanej usługi,



Prezes Urzędu przeanalizował treść ww. przykładowego, przedstawionego przez Spółkę dokumentu pdf (zgodnie z tytułem *potwierdzenie warunków zawartej umowy*). Ustalono, że zawiera on informacje wskazane w art. 39 ust. 1 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287 z późn. zm., dalej również: „upk”) tj. m.in informacje o głównych cechach świadczenia (usłudze „Zamów z Orange”), danych identyfikujących przedsiębiorcę, adresie, pod którym można składać reklamację, łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie, sposobie i terminie zapłaty, procedury składania reklamacji, prawie odstąpienia od umowy oraz okolicznościach, w których konsument traci ww. uprawnienie. W treści dokumentu znajdują się również informacje o nazwie aktywowanej usługi lub treści cyfrowej podmiotu trzeciego z wykorzystaniem usługi świadczonej przez Spółkę.

Usługa „Zamów z Orange” w sekcji główne cechy świadczenia określona została jako *usługa cyfrowa świadczona przez Operatora (Orange Polska S.A.) - poprzez cyfrowe narzędzie dostępu - dzięki której możesz uzyskać dostęp do treści (produktów) cyfrowych, świadczonych we własnym imieniu przez partnerów zewnętrznych (Dostawców). Skorzystanie z usługi „Zamów z Orange” i zapłata Orange oznacza, że Użytkownik nie będzie musiał już dodatkowo uiszczać żadnej opłaty na rzecz Dostawców (...).*

Dowód: przykładowe potwierdzenie warunków zawartej umowy - załącznik do pisma Spółki z dnia 21 października 2021 r.

Prezes Urzędu na podstawie informacji przekazanych przez Spółkę w toku przedmiotowego postępowania ustalił, iż wiadomość SMS z potwierdzeniem zawarcia umowy na usługę „Zamów z Orange” umożliwiającą dostęp do określonej treści cyfrowej lub usługi (tj. umowy o usługę „Zamów z Orange” i umowy z dostawcą ww. treści cyfrowej lub usługi albo jego kontrahentem) przygotowywana była również w oparciu o szablon wiadomości, który w swojej treści odsyłał do stron internetowych www.orange.pl/plac-z-orange lub www.orange.com/mojorange (strona umożliwiająca zalogowanie się do serwisu „Mój Orange”).

1.

Otrzymujesz dostęp do \$ {nazwa produktu}, koszt \$ {cena_brutto} pln co \$ {ilość_dni_cyklu} dni. Rezygnacja-kliknij: kidzinmind.com/pl#!/status Twoje potwierdzenie warunków zamawianej usługi dostępu Zamów z Orange znajdziesz na www.orange.pl/plac-z-orange w sekcji Dokumenty

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki wiadomość określona jako „SMS po autoryzacji” miała następującą treść:

2.

Otrzymujesz dostęp do \$ {nazwa produktu}, koszt \$ {cena_brutto} pln co \$ {ilość_dni_cyklu} dni. Rezygnacja-kliknij: kidzinmind.com/pl#!/status Twoje potwierdzenie warunków zamawianej usługi dostępu Zamów z Orange znajdziesz po zalogowaniu się na www.orange.pl/mojorange w zakładce Dodatkowe Zamówienia.



Dla usługi „GameMine”

„Witaj w GameMine! Odblokuj najlepsze gry na <http://pl.gamemine.com> 3 dni ZA DARMO potem 11,97 zł/tydz. Potwierdzenie warunków zakupu znajdziesz po zalogowaniu na orange.pl/mojorange w sekcji dodatkowe zamówienia. Więcej informacji pod numerem 222922724 lub <http://gmhelp.cc/pl>”

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r.

Ad 1

Prezes Urzędu ustalił, iż wskazana w treści opartych na szablonie wiadomości SMS informacja o *potwierdzeniu warunków zamówionej usługi dostępu „Zamów z Orange”* zamieszczona została w postaci linku odsyłającego do strony internetowej przedsiębiorcy www.orange.pl (w sekcji dokumenty). Na ww. stronie zamieszczone są również inne dokumenty możliwe do ściągnięcia w formie pliku pdf.

Analiza przez Prezesa Urzędu strony www.orange.pl/plac-z-orange wskazanej w treści wiadomości SMS wykazała, iż na dzień 10 maja 2021 r. zawierała ona m.in. dokumenty o nazwie:

- Potwierdzenie warunków usługi cyklicznej „Zamów z Orange”
- Potwierdzenie warunków usługi jednorazowego dostępu „Zamów z Orange”

Prezes Urzędu przeanalizował treść „potwierdzenia warunków” usługi jednorazowej dostępu oraz cyklicznej „Zamów z Orange”. Na podstawie analizy ww. dokumentów Prezes Urzędu ustalił, iż ww. potwierdzenia zarówno w przypadku usługi jednorazowej jak i cyklicznej mają charakter ogólny, opisujący usługę „Zamów z Orange” (tj. **nie mają charakteru spersonalizowanego i nie wskazują aktywowanej usługi lub treści cyfrowej**).

Zgodnie z przeprowadzoną analizą zawierają one informacje wskazane w art. 39 ust. 1 upk m.in. ogólne informacje o głównych cechach świadczenia, danych identyfikujących przedsiębiorcę, adresie, pod którym można składać reklamację, łącznej cenie brutto za usługę dostępu tj. wzmiankę, iż informacja o cenie (oraz cyklu w przypadku subskrypcji) przesłana zostanie w wiadomości SMS po aktywacji, sposobie i terminie zapłaty, procedury składania reklamacji, prawie odstąpienia od umowy oraz okolicznościach, w których konsument traci ww. uprawnienie.

Dowód: Protokół z dnia 10 maja 2021 r. wraz z załącznikami

Ad 2

Prezes Urzędu na podstawie informacji przekazanych przez Spółkę ustalił, iż po aktywacji określonej treści cyfrowej (lub usługi) przez abonenta, uzyskuje on po zalogowaniu się do swojego konta „Mój Orange” za pośrednictwem www.orange.com/mojorange dostęp do dokumentu pdf, wraz ze znacznikiem czasu, zawierającego potwierdzenie zawarcia umowy na odległość (zgodnie z tytułem *potwierdzenie zawarcia umowy na odległość-informacja dla konsumentów*). Dokument udostępniony był na przedmiotowej stronie bez dodatkowych funkcjonalności (rozwiązań) zapewniających atrybut niezmienności takiego pliku przez określony czas.



Dowód: pismo Spółki z dnia 18 czerwca 2020 r., pismo Spółki z dnia 10 sierpnia 2020 r.

Potwierdzenie zawarcia umowy na własne usługi nietelekomunikacyjne oferowane pod marką Orange

Zgodnie z przekazanymi przez Orange Polska w piśmie z dnia 7 czerwca 2021 r. informacjami, Spółka w zakresie sposobu dokonywania potwierdzenia warunków zawarcia umowy na płatne usługi nietelekomunikacyjne „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, oraz „CyberTarcza” zdecydowała się na wdrożenie rozwiązania [*****] bazującego na opisanej powyżej funkcjonalności [*****] (potwierdzenie warunków zawarcia umowy zamieszczone jest w serwisie „Mój Orange”). W przypadku usługi „Zabezpiecz Pesel” potwierdzenie warunków zawarcia umowy (w formie dokumentu pdf) przesyłane jest konsumentowi na adres poczty elektronicznej.

Wiadomości SMS z potwierdzeniem realizacji transakcji i zawarciem umowy na własne usługi nietelekomunikacyjne oferowane pod marką Orange (zgodnie z przekazanymi w piśmie z dnia 23 września 2020 r. informacjami tzw. *treść SMS potwierdzającego uruchomienie usługi*) zawierają informację, gdzie zamieszczony został dokument z potwierdzeniem warunków zawartej umowy w serwisie „Mój Orange”¹¹.

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Spółkę w piśmie z dnia 30 listopada 2021 r. *treść ww. wiadomości w przypadku usług „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange” oraz „CyberTarcza” uległa zmianie [*****]*. Treść wiadomości została zmodyfikowana o informację wskazującą, gdzie znajduje się ww. potwierdzenie warunków zawarcia umowy. Po wprowadzeniu funkcjonalności [*****] (ostateczna data wdrożenia 28 listopad 2020 r.) potwierdzenie warunków zawarcia umowy, do której odsyła wiadomość SMS zamieszczone zostaje w serwisie z wykorzystaniem ww. funkcjonalności.

Poniżej przedstawiono przykładową treść wiadomości SMS dla usługi „Nawigacja Orange”¹²:

Nawigacja Orange już działa. Pobierz aplikację [nawigacjaorange.page.link/pobierz](#) i TESTUJ ZA DARMO przez miesiąc^{13}, potem 12,99 zł/31 dni. Chcesz zrezygnować, wyślij sms STOP na 80999(0zł). Masz pytania, wejdź na stronę [orange.pl/lp/nawigacja-orange](#) lub napisz @ [kontakt@nawigujzorange.pl](#) Twoje potwierdzenie warunków zamówionej usługi znajdziesz po zalogowaniu się na [www.orange.pl/mojorange](#). W przypadku ofert abonamentowych w zakładce Umowy i Urządzenia - Pokaż umowę. W przypadku ofert na karte w zakładce Plan taryfowy i karta SIM - Sekcja Dodatkowe zamówienia.*

W piśmie z dnia 18 czerwca 2020 r., Spółka poinformowała, iż treść wiadomości SMS otrzymanych przez konsumentów po aktywacji usług „Chroń dzieci w sieci” oraz „Gdzie jest dziecko” (przed ich modyfikacją) miała następującą treść:

usługa „Chroń dzieci w sieci”:

¹¹ W przypadku usług „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, oraz „CyberTarcza”.

¹² Treść wiadomości jest podobna w przypadku innych płatnych usług nietelekomunikacyjnych.

¹³ Pisownia i znaki oryginalne [*- w zależności od taryfy].



„Chron Dzieci w Sieci już działa. Miesiąc ZA DARMO potem zapłacisz 7,98zł co mies. Chcesz zrezygnować? Wyślij STOP na 80794. W razie pytań czy problemów wejdź www.chrondzieciwsieci.pl lub napisz: orange@chrondzieciwsieci.pl. Regulamin na www.chrondzieciwsieci.pl”

usługa „Gdzie jest dziecko” (pakiet premium):

„Gdzie Jest Dziecko już działa. 1m-c ZA DARMO potem zapłacisz 6,15 zł co tydzień. Jeśli nie chcesz chronić bliskich zrezygnuj wysyłając stop gjdp na 8082 (0zł) Po regulamin, w razie pytań czy problemów wejdź: www.gjde.pl/orange lub napisz: orange@gdziejestdziecko.pl”

W treści ww. wiadomości brak odwołania do serwisu „Mój Orange” na stronie internetowej www.mojorange.pl.

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Spółkę, w przypadku usługi „Zabezpiecz Pesel” treść wiadomości SMS otrzymywanej po aktywacji nie uległa zmianie (od momentu wdrożenia usługi).

„Usługa Zabezpiecz PESEL zostanie włączona w ciągu 24 godzin na 1m-c za 0zł. Potem koszt 9,99 zł/mies. Jeżeli chcesz zrezygnować z aktywacji odpowiedz STOP na 80470 (0zł). Reg. usługi na orange.pl/zabezpieczpesel, wyślemy Ci go dodatkowo na Twój e-mail.”

W treści wiadomości dotyczącej usługi „Zabezpiecz Pesel” wskazany jest regulamin ww. usługi (bez odrębnego wyszczególnienia miejsca zamieszczenia „potwierdzenia warunków zamówionej usługi”).

W przypadku usługi „Zabezpiecz Pesel”, Spółka poinformowała, iż dokument w postaci pdf (o nazwie ZABEZPIECZ PESEL podsumowanie usług Orange i KRD oraz potwierdzenie zawarcia umowy) dostarczany jest za pośrednictwem wiadomości e-mail na wskazany przez konsumenta adres poczty elektronicznej. Konsument na adres e-mailowy otrzymuje również regulamin usługi „Zabezpiecz Pesel” oraz dokumenty *Ogólne warunki świadczenia usług dla konsumentów przez KRD BIG S.A.*¹⁴, *Regulamin zarządzania danymi KRD BIG S.A.*, cennik oraz wzór formularza odstąpienia od umowy.

Prezes Urzędu przeanalizował treść ww. przykładowych, przedstawionych przez Spółkę w toku postępowania dokumentów pdf (zgodnie z tytułem w przypadku usługi „Zabezpiecz Pesel” ZABEZPIECZ PESEL podsumowanie usług Orange i KRD oraz potwierdzenie zawarcia umowy oraz w przypadku pozostałych usług niefonowych potwierdzenie zawarcia umowy na odległość- informacja dla konsumentów). Analiza wykazała, iż zawierają one informacje wskazane w art. 21 ust. 1 upk tj. m.in. informacje o głównych cechach świadczenia, danych identyfikujących przedsiębiorcę, adresie, pod którym można składać reklamację, łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie, sposobie i terminie zapłaty, procedury składania reklamacji, prawie odstąpienia od umowy oraz okolicznościach, w których konsument traci ww. uprawnienie.

¹⁴ Kontrahent Spółki tj. Krajowy Rejestr Długów Biura Informacji Gospodarczej S.A.



Dowód: pismo Spółki z dnia 18 czerwca 2020 r., pismo Spółki z dnia 23 września 2020 r., pismo Spółki z dnia 7 czerwca 2021 r., pismo Spółki z dnia 13 października 2021 r., pismo Spółki z dnia 21 października 2021 r., pismo Spółki z dnia 30 listopada 2021 r.

Prezentacja na rachunkach

Prezes Urzędu ustalił, iż w przypadku usługi „Zamów z Orange” oraz usług niatelekomunikacyjnych oferowanych pod marką Orange obciążenie konsumenta-abonenta Spółki z tytułu płatności za określone usługi lub treści cyfrowe wyszczególnione zostaje na doręczonym rachunku w ramach osobnej pozycji określonej jako *usługi elektroniczne* (aplikacje, gry video i inne treści cyfrowe). Jest to zbiorcza kwota opłat za ww. usługi (lub treści cyfrowe).

Analiza dokumentów przekazanych przez Spółkę wykazała, że w załączniku do faktury określonym jako „Zestawienie produktów i płatności elektronicznych Orange” znajduje się pozycja „*produkty i płatności elektroniczne Orange*”, która wskazuje na nazwę zamówionego produktu (np. GAMEMINE, KidzInMind” „Vidix.mobi”, „Chroń dzieci w sieci”), datę i godzinę skorzystania z usługi, ilość i cenę jednostkową.

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r., pismo Spółki z dnia 18 czerwca 2020 r., pismo z dnia 27 października 2020 r., pismo Spółki z dnia 30 listopada 2021 r.

Blokada usługi „Zamów z Orange”

Prezes Urzędu na podstawie wyjaśnień Orange Polska oraz informacji zawartych w regulaminie usługi z dnia 18 kwietnia 2018 r. oraz 13 października 2021 r. ustalił, iż Spółka umożliwia blokadę usługi „Zamów z Orange”¹⁵ (określonej jako *blokada usług elektronicznych firm zewnętrznych*). Ww. blokada uniemożliwia aktywację usług lub treści cyfrowych z wykorzystaniem świadczonej przez Spółkę usługi oraz naliczenie kolejnych opłat w przypadku usług opartych o subskrypcję.

Analiza przez Prezesa Urzędu regulaminu z dnia 13 października 2021 r. wykazała, iż konsument uprawniony jest również do wskazania **limitu indywidualnego** wydatków w usłudze „Zamów z Orange”. W pkt. 31 ww. wzorca Spółka wskazała, iż *gdy wartość dostępu do Treści cyfrowych, które Państwo zamawiają lub przedłużają w Usłudze cyklicznej przekroczy ten limit, nie będziemy mogli wykonać takiej transakcji. Jeśli nie uda się Państwu przedłużyć Usługi cyklicznej z powodu limitu indywidualnego, zawiesimy ją. W kolejnych cyklach rozliczeniowych Usługi cyklicznej będziemy próbowali ją przedłużyć, ale jeśli nie uda nam się to przez 59 dni od jej zawieszenia, wyłączymy ją.*

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 listopada 2021 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 18 kwietnia 2018 r., regulamin usługi „Zamów z Orange” z dnia 13 października 2021 r.

¹⁵ Zgodnie z przekazanymi przez Spółkę informacjami założenie blokady usług elektronicznych uniemożliwia abonentowi również korzystanie z usługi typu *direct billing* w modelu „Dolicz do rachunku”.



Działania w toku postępowania reklamacyjnego dotyczące treści cyfrowych (lub usług) podmiotów trzecich

W toku prowadzonego postępowania Spółka poinformowała, iż:

- w okresie od 1 marca 2019 r. do 30 czerwca 2019 r. otrzymała [*****], które wpłynęły do Spółki w związku ze świadczeniem usługi typu *direct billing* (w obydwu oferowanych modelach „Zamów z Orange” i „Dolicz do rachunku”) oraz własnych usług nietelekomunikacyjnych (w obydwu oferowanych modelach „Zamów z Orange” i „Dolicz do rachunku”). [*****] reklamacji rozpatrzonych zostało negatywnie;
- w okresie od 1 stycznia 2020 r. do marca 2020 r. otrzymała [*****] reklamacji, które wpłynęły do Spółki w związku ze świadczeniem usługi typu *direct billing*;
- w okresie od 1 września 2020 r. do 16 marca 2021 r. otrzymała [*****] reklamacji, które wpłynęły do Spółki w związku ze świadczeniem usługi „Zamów z Orange”;
- w okresie od 15 kwietnia 2021 r. do 15 maja 2021 r. otrzymała [*****] reklamacje, które wpłynęły do Spółki w związku ze świadczeniem usługi „Zamów z Orange” ([*****] reklamacji rozpatrzonych zostało negatywnie).

Spółka wyjaśniła również, iż z uwagi na specyfikę aktywacji usług za pośrednictwem karty SIM umieszczonej w routerze reklamacje rozpatrywane są przez Orange Polska [*****].

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r., pismo Spółki z dnia 18 czerwca 2020 r., pismo Spółki z dnia 30 marca 2021 r, pismo Spółki z dnia 7 czerwca 2021 r.

Z reklamacji przekazanych przez Orange Polska w toku postępowania wynika, że konsumenci informowali Spółkę o nieprawidłowościach, do których dochodziło m.in. przy świadczeniu usługi „Zamów z Orange” i doliczaniu do rachunku abonentów Spółki opłaty za serwisy subskrypcyjne podmiotów trzecich. Konsumenci wskazywali na brak świadomości co do faktu aktywacji usług (lub treści cyfrowej) i braku uprzedniej zgody.

Poniżej zaprezentowano przykłady reklamacji otrzymywanych przez Spółkę (pisownia zgodna z oryginałem, wytłuszczenia własne):

- **„Proszę o odliczenie dla klienta opłaty za zakupy elektroniczne na 8,75 na vidix.mobi. Klient niczego nie uruchamiał i tego samego dnia, kiedy otrzymał sms, że subskrypcja została włączona i została założona blokada use. Klient nie zgadza się z naliczoną opłatą i nie zlecał włączenia żadnej takiej usługi (...)”** (załącznik nr 8 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. reklamacja nr 22289757 z dnia 12.06.2019 r.
- **„Klient ma uruchomioną subskrypcje zamow z orange na numerze 5xxxxx na karcie internetowej która jest włożona w routerze. Klient prosi o wyjaśnienie z jakiego powodu (...)”** (załącznik nr 8 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. reklamacja nr 22346774 z dnia 2.07.2019 r.)
- **„Na nr telefonu 5xxxxx mojego niepełnoletniego syna od 19 czerwca do 19 lipca 2019 r. zaczęły przychodzić płatne 8,75 sms-y. Mój syn twierdzi, że nie akceptował, nie kupował i nie korzystał z żadnej usługi elektronicznej (...)”** (załącznik nr 8



do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. reklamacja nr 22408294 z dnia 22.07.2019 t.)

- „Szanowni Państwo chcę złożyć reklamację w sprawie wymuszania na mnie korzystania z płatnych usług, których nie zamawiałam. W dniu 28.06 otrzymałam od Państwa SMS o treści: „Witaj w VIDIX.Mobi...”(załącznik 1). Jak się okazało jest to usługa płatna, której nie zamawiałam (...)” (załącznik nr 8 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. reklamacja nr 1543309952 z dnia 6.07.2019 r.)
- Klient nie zgadza się z opłatami za subskrypcję włączoną za pośrednictwem zamówów z orange. Aby ją włączyć trzeba podać numer telefonu na stronie <http://nicesportspl.com/wsc/landing>. Klient twierdzi, że nikt poza nim nie miał dostępu do tego Internetu i przede wszystkim nie zna numeru na którym ten Internet działa a klient na pewno nie włączał subskrypcji. Klient nie zgadza się z opłatami i chce aby zostały anulowane (załącznik nr 3 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. - 20418257 z dnia 3.01.2018 r.)
- „Klientka zwraca się z prośbą o zwrot za usługi elektroniczne 36,87 gdyż nie zamawiała niczego” (załącznik nr 3 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r.,- reklamacja nr 20462744 z dnia 15.01.2018 r.)
- „kl. zgłasza, że nie zamawiała i nie korzystała z żadnych usług w serwisie VODONLINE4U. Subskrypcja została włączona bez wiedzy kl.” (załącznik nr 3 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. -reklamacja nr 22066963 z dnia 27.03.2019 r.)
- „8.07.19, 15.07.19, 22.07.19, 29.07.19, 5.08.19 pojawiła się płatna usługa elektroniczna, której użytkownik nie włączał i nie korzystał z żadnej usługi. Proszę o skorygowanie kwoty 55,55 zł” (załącznik nr 3 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. - reklamacja nr 1544438955 z dnia 10.08.2019 r.)
- „(...) W dniu 13.06.2019 r. drogą internetową otrzymałam wystawioną przez Państwa fakturę VAT nr (...) z dnia 10.06.2019 r. na podstawie której zostałam obciążona łączną kwotą 130,75 zł. Na rzeczoną należność, poza kosztami usług mobilnych Orange w wysokości 39,99 zł, złożyły się również koszty usług, których faktycznie nie zamawiałam i z których nie korzystałam, a których wartość ustalona została na kwotę 90,76 zł. Przedmiot sprzedaży w tej części określony został, jako usługi elektroniczne (aplikacje, gry, wideo i inne treści cyfrowe (...))”(załącznik nr 3 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r. - reklamacja nr 1542648752 z dnia 19.06.2019 r.)
- „klient na ostatniej fakturze ma opłatę ponad 40,00 zł za usługi elektroniczne, klient twierdzi że w żaden sposób nie uruchamiał żadnej dodatkowej opcji, nie zakupywał żadnych płatnych aplikacji, klient w ramach jednorazowego uznania prosi o korektę na wskazaną kwotę. proszę o informacje dla klienta kiedy, co i w jaki sposób zostało zakupione i co spowodowało podwyższenie tego rachunku. klient nie został w żaden sposób poinformowany o kosztach jakie zostaną mu doliczone do rachunku, nie miał żadnej świadomości na ten temat dlatego proszę o pozytywne rozpatrzenie reklamacji” (reklamacja nr21047780 z dnia 4.06.2018 r., załącznik nr 6 do pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r.)
- „nic nie aktywowałam, nie otrzymałam też żadnego smsa z informacją o aktywacji jakiegokolwiek usługi gemamine.” (reklamacja nr 21993822 z dnia 5.03.2019 r., załącznik nr 6 do pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r.)



- „(...) Niniejszym reklamuję Fakturę VAT nr [*****] wystawioną dnia 26.02.2019 za usługi elektroniczne. Oświadczam że takich usług nie zamawiałem i też akceptowałem korzystania z nich. Proszę w związku z tym o anulowanie niniejszej faktury o kwotę 11,87 brutto. Jednocześnie proszę o nie przysyłanie do mnie aplikacji sms na moje numery telefoniczne mobilne dotyczących jakichkolwiek informacji o grach a szczególnie firmy GEMMINE !!!!!!! (...).” (reklamacja nr 1538721996 z dnia 5.03.2019 r., załącznik nr 6 do pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r.)
- „Proszę o skorygowanie opłaty za gemmine za zakupy elektroniczne za gemmine 4 x 11,97 zł. Proszę o skorygowanie opłat. Proszę o wyłączenie gemmine. Nikt nie korzystał z komórek i nie korzystał z gemmine ponadto Klient jest osobą straszą i nie potrafi dokonać takowych smsów, reklamacja sms” (reklamacja nr 21415431 z dnia 6.09.2018 r., załącznik nr 6 do pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r.)

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r.

Odpowiedzi przekazywane konsumentom przez Spółkę w toku postępowań reklamacyjnych w większości przypadków zawierały powtarzające się, ogólne informacje dotyczące świadczonej przez Orange Polska usługi. Spółka informowała, iż nie ponosi odpowiedzialności za wskazane przez konsumentów nieprawidłowości, a jej rola ogranicza się jedynie do pośredniczenia i doliczania do faktury płatności za usługi innych dostawców. W bardzo rzadkich przypadkach Spółka wskazywała na nazwę świadczonej usługi „Zamów z Orange”, regulamin oraz pełnią w toku jej świadczenia rolę. Większość odpowiedzi na reklamację ograniczała się do stwierdzenia, iż objęta reklamacją абонента opłata naliczona została prawidłowo, a Spółka nie jest dostawcą przedmiotowego serwisu. Spółka wskazywała, iż ścieżka aktywacji przedmiotowych serwisów przebiegła prawidłowo lub nie jest w stanie szczegółowo zweryfikować przebiegu aktywacji, bo nie jest ona dostawcą usługi (treści cyfrowej) aktywowanej przez konsumenta. Spółka nie odnosiła się również merytorycznie do okoliczności wskazanych przez konsumentów (możliwości wprowadzenia w błąd, braku świadomości ze strony konsumenta o aktywacji serwisu). W nieznanych reklamacjach Spółka sugerowała konsumentom, że właściwym do rozpatrywania żądań dotyczących reklamacji związanych z płatnością za korzystanie z usług oraz produktów są zewnątrzni dostawcy ww. usług, a tym samym są to podmioty do których należy wystąpić o zwrot naliczonych opłat. Spółka nie informowała konsumentów o zasadach świadczenia usługi „Zamów z Orange” i regulaminie jej świadczenia. W przypadku większości reklamacji Spółka nie informowała również o jej funkcjonalności tj. możliwości czytania numeru telefonu konsumenta z aktywną kartą SIM w sieci Orange Polska na platformie, co wyklucza konieczność podejmowania przez konsumenta dodatkowych czynności jak np. wpisanie kodu PIN czy wysłania SMS. Z informacji uzyskanych od konsumentów oraz zawartych w treści reklamacji wynika, iż w większości przypadków mogli oni nie mieć w ogóle świadomości o zasadach świadczenia przez Spółkę na ich rzecz ww. usługi i możliwości doliczenia do rachunku opłat.

Wskazane okoliczności obrazują cytaty pochodzące z odpowiedzi na reklamacje zgłaszane przez abonentów Spółki (pogrubięcia własne):

- ***Jako operator Orange Polska S.A doliczamy jedynie płatność za usługi zewnętrzne do faktury pod warunkiem wybrania płatności z Orange w procesie***



zakupowym. Wyjaśniamy, że z dostawcami usług elektronicznych Orange Polska S.A. rozlicza się niezwłocznie po zamknięciu okresu rozliczeniowego Klienta (odpowiedź na reklamację z dnia 10 września 2018 r. nr 21414744, załącznik nr 6 do pisma Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r.)

- **Sprawdziłam, że skorzystała Pani z zakupu usług elektronicznych. Reklamowane opłaty naliczyliśmy prawidłowo, zgodnie z cennikiem. Nie jesteśmy dostawcą zamawianej przez Panią usługi VIDIX. My jako operator, doliczyliśmy do faktury płatność za usługi dostarczane przez firmę zewnętrzną. Przykro nam, ale nie możemy uznać Pani zgłoszenia (odpowiedź na reklamację z dnia 28 lipca 2019 r. nr 22408294, załącznik nr 8 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r.)**
- **03.07.2019 r. o 02:16 zarejestrowaliśmy informację o zakupie elektronicznym subskrypcji VIDIX.mobi tydzień w cyklicznej cenie 8,75 zł na numerze (...) o czym był Pan informowany wysłanym SMS-em na ten sam numer. Włączenie blokady na zakupy elektroniczne zarejestrowaliśmy dopiero 03.07.2019 r. o 16:07. Opłaty doliczyliśmy do faktury (...) zgodnie z regulaminem usługi Zamów z Orange na podstawie informacji otrzymanych od dostawcy DIMOCO (odpowiedź na reklamację z dnia 24 sierpnia 2019 r. nr 22496182, załącznik nr 8 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r.)**
- **Zgodnie z regulaminem usługi „Zamów z Orange” wszelkie roszczenia względem produktu i odpłatności związane z usługami zamawianymi u Dostawców, Klient powinien kierować do podmiotu, z usług, którego skorzystał. Wyjaśniamy również, iż w ramach zawartej Umowy ma Pan zagwarantowany dostęp do sieci telekomunikacyjnej, a przez to swobodę w korzystaniu z usług. Nie jesteśmy uprawnieni do oceny zasadności realizowanych przez Pana połączeń, czy zamówień produktów elektronicznych, bowiem ich długość, częstotliwość oraz sposób przeprowadzenia zależą wyłącznie od aktualnych potrzeb Użytkownika. Za wszelkie zdarzenia zainicjowane przez Użytkownika i angażujące zasoby sieci Spółka jest uprawniona do naliczania opłat (odpowiedź na reklamację z dnia 12 czerwca 2019 r. nr 1542298805, załącznik nr 8 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r.)**
- **Naliczone opłaty są opłatą za zakup usług elektronicznych, dostępnych w Internecie oraz aplikacjach mobilnych, z wybraną metodą płatności: „Zamów z Orange”. W Pani przypadku opłaty dotyczyły korzystania z portalu Vidix.Mobi. Reklamacje związane z płatnością za korzystanie z usługi, może Pani kierować do dostawcy, czyli firmy Kragen Digital Media Ltd na adres mailowy (...). My jako operator doliczamy do faktury jedynie płatności za usługi innych dostawców, dlatego nie możemy uznać Pani zgłoszenia i skorygować tych opłat (odpowiedź na reklamację z dnia 22 lipca 2019 r. nr 1543489135, załącznik nr 8 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r.)**
- **Zgodnie z regulaminem usługi „Zamów z Orange” wszelkie roszczenia względem produktu i odpłatności związanych z zamówionymi usługami, powinien Pan kierować do firmy PRELOADED_GAMES. Jako Operator doliczamy jedynie płatność za usługi do Pana faktury, jeśli w procesie zakupowym wybrał Pan płatność z Orange. W celu wyjaśnienia naliczonych płatności prosimy o kontakt bezpośrednio z Dostawcą (odpowiedź na reklamację z dnia 15 czerwca 2018 r. reklamacja nr 21090090,**



załącznik nr 8 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r.)

- Wyjaśniamy, że opłaty za produkty i usługi elektroniczne mogą zostać doliczone do faktury za usługi telekomunikacyjne Orange, jeżeli podczas zakupów zostanie wybrana taka forma płatności. Nie oznacza to jednak, że Orange jest wystawcą faktury za nabyte w danym sklepie produkty i usługi - nasza firma jedynie pośredniczy w pobraniu za nie opłat (odpowiedź na reklamację z dnia 19 września 2018 r. reklamacja nr 21454510, załącznik nr 8 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r.)

- Informację o zakupionych produktach, a tym samym o konieczności obciążenia Pana konta w Orange otrzymaliśmy od Dostawcy. Dowodem na brak nieprawidłowości jest wystawiona faktura za usługi elektroniczne. W związku z powyższym nie mamy podstaw do uznania zgłoszenia i anulowania wystawionej faktury (odpowiedź na reklamację z dnia 16 lipca 2019 r. reklamacja nr 22376583, załącznik nr 8 do pisma Spółki z dnia 30 września 2019 r.)

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 kwietnia 2019 r., pismo Spółki z dnia 30 września 2019

Stanowisko Spółki dotyczące napływających do Urzędu nieprawidłowości związanych z aktywacją treści cyfrowych (lub usług) podmiotów trzecich oraz własnych usług niatelekomunikacyjnych oferowanych pod marką Orange Polska

W wyjaśnieniach przedstawionych Prezesowi Urzędu w toku przedmiotowego postępowania Spółka wskazała, iż mechanizm działania świadczonej przez Orange Polska usługi „Zamów z Orange” w przypadku treści cyfrowych (lub usług) podmiotów trzecich skonstruowany jest w sposób, który uniemożliwia przypadkową aktywację serwisów bez wiedzy i zgody klienta. Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki potencjalny użytkownik (abonent) każdorazowo uzyskuje informację o dostawcy ww. serwisów, wysokości opłaty, jak też częstotliwości jej pobierania. W ocenie Spółki spełnione zostają również pozostałe obowiązki wymagane przez określone w tym zakresie przepisy.

Ponadto Spółka w piśmie z dnia 10 sierpnia 2020 r. stwierdziła, iż [*****].

Jednocześnie Spółka wskazała, iż nie weryfikuje i nie śledzi z jakiej strony, przy wykorzystaniu jakiego linku jak też w którym momencie nastąpiło przekierowanie klienta na podstronę na której klient zamawia usługę (tj. platformę dostawcy - przypis własny).

Prezes Urzędu ustalił, iż aktywacja dostępu do usługi „GAMEMINE” za pośrednictwem usługi „Zamów z Orange” [*****]. Aktywacja serwisu „KidzInMine” oraz „VIDIX.mobi” za pośrednictwem ww. usługi [*****] możliwa jest jedynie



z wykorzystaniem kodu PIN, który jest przesyłany na numer telefonu (MSISDN) abonenta.

Ponadto w piśmie z dnia 10 sierpnia 2020 r. (w nawiązaniu do wyjaśnień dotyczących każdorazowego obowiązku wprowadzenia kodu PIN) Spółka wskazała, iż Orange Polska dokonuje identyfikacji konsumentów jako abonentów poprzez numer MSISDN. W przypadku reklamacji abonenta, w której wskazuje on na nieświadomą aktywację usługi (treści cyfrowej), Orange Polska weryfikuje, czy abonent otrzymał kod PIN na wskazany numer telefonu oraz czy ww. kod PIN użyty został w celu aktywacji usługi. Powyższych twierdzeń Spółki, co do weryfikacji ww. okoliczności nie potwierdziła analiza przez Prezesa Urzędu wyjaśnień opisujących działania podjęte przez Orange Polska po otrzymaniu reklamacji abonentów, których fragmenty zamieszczone zostały w postanowieniu o wszczęciu przedmiotowego postępowania (str. 30-32 Postanowienia). Ww. konsumenci informowali o nieprawidłowościach, do których dochodziło przy świadczeniu usługi „Zamów z Orange” (brak świadomości co do faktu aktywacji usług lub treści cyfrowej i uprzedniej zgody). Spółka w piśmie z dnia 7 czerwca 2021 r. nie wskazała na dokonanie weryfikacji okoliczności wskazywanych przez konsumentów w ww. reklamacjach, takich jak nieświadoma aktywacja usługi czy otrzymanie kodu PIN. Spółka poinformowała, iż *otrzymuje od dostawcy informację o tym, że klient dokonał aktywacji i na tej podstawie następuje obciążenie klienta w systemach Orange.*

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 września 2019 r., pismo Spółki z dnia 18 czerwca 2020 r., pismo Spółki z dnia 10 sierpnia 2020 r., pismo Spółki z dnia 23 marca 2021 r., pismo Spółki z dnia 7 czerwca 2021 r.

Spółka poinformowała, iż w toku świadczenia usługi „Zamów z Orange” umożliwia aktywację usług lub treści cyfrowych z wykorzystaniem karty SIM znajdującej się w routerze. W powyższym przypadku wiadomość potwierdzająca aktywację usługi (treści cyfrowej) otrzymywana jest bezpośrednio na kartę SIM znajdującą się w routerze. Zgodnie z przekazanymi informacjami *w takim przypadku każda transakcja wymaga podania numeru PIN, który jest wysyłany na numer karty SIM (w tym przypadku przypisanym do routera). Jak wskazuje Spółka: żeby aktywować usługę lub treść cyfrową klient musiałby odczytać PIN przesłany na kartę SIM znajdującą się w routerze, a następnie podać odczytany PIN w procesie aktywacji.*

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 listopada 2021 r.

Prezes Urzędu na podstawie wyjaśnień Spółki ustalił, iż przychód osiągnięty z tytułu świadczenia niatelekomunikacyjnych usług świadczonych pod marką Orange „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL”, które zostały aktywowane konsumentom z wykorzystaniem flash SMS-a wyniósł¹⁶:

1. [*****] (po dokonaniu zwrotów na rzecz konsumentów w wyniku uznania reklamacji [*****] w 2020 r.
2. [*****] (po dokonaniu zwrotów [*****]) w okresie od stycznia do maja 2021 r.

¹⁶ Zgodnie z przekazanymi przez Spółkę informacjami dane dotyczące usług „Nawigacja Orange” oraz „CyberTarcza” uwzględniają również [*****].



3. [*****] (po dokonaniu zwrotów [*****]) w okresie od 1 czerwca 2021 do 31 października 2021 r.

Przychód Spółki osiągnięty z tytułu świadczenia konsumentom usługi „Zamów z Orange” wyniósł:

1. [*****] (po dokonaniu zwrotów na rzecz konsumentów w wyniku uznania reklamacji [*****]) w 2019 r.
2. [*****] (po dokonaniu zwrotów na rzecz konsumentów w wyniku uznania reklamacji [*****]) w 2020 r.
3. [*****] (po dokonaniu zwrotów na rzecz konsumentów w wyniku uznania reklamacji [*****]), w okresie od stycznia do kwietnia 2021 r.
4. [*****] w maju 2021 r. (Spółka poinformowała, iż [*****])
5. [*****] (po dokonaniu zwrotów na rzecz konsumentów w wyniku uznania reklamacji [*****]), w okresie od 1 czerwca 2021 do 31 października 2021 r.

Przychód osiągnięty z tytułu świadczenia konsumentom usługi „Zamów z Orange” dla usług „GAMEMINE”, „KidzInMine”, „VIDIX.mobi” wyniósł:

1. [*****] (po dokonaniu zwrotów na rzecz konsumentów w wyniku uznania reklamacji [*****]) w 2019 r.,
2. [*****] (po dokonaniu zwrotów na rzecz konsumentów w wyniku uznania reklamacji [*****]) w 2020 r.,
3. [*****] (Spółka poinformowała, iż ww. okresie [*****]) od stycznia do maja 2021 r.,
4. [*****] w przypadku serwisu „Gamemine” (po dokonaniu zwrotów na rzecz konsumentów w wyniku uznania reklamacji [*****]),
5. [*****] w przypadku serwisu „KidzInMine” (po uwzględnieniu reklamacji abonentów [*****]) w okresie od 1 czerwca 2021 r. do 30 października 2021 r.
6. [*****] w przypadku serwisu „VIDIX.mobi” (Spółka poinformowała, iż po uwzględnieniu reklamacji abonentów [*****]) w okresie od 1 czerwca 2021 r. do 30 października 2021 r.

Dowód: pismo Spółki z dnia 7 czerwca 2021 r., pismo Spółki z dnia 15 czerwca 2021 r., pismo Spółki z dnia 30 listopada 2021 r.



Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

a) Naruszenie interesu publicznego

Stosownie do art. 1 ust. 1 uokik, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana przez Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie interesów poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstawę do rozstrzygnięcia przez Prezesa Urzędu sprawy w oparciu o przepisy uokik. Interes publiczny zostaje naruszony w szczególności, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, ponieważ wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy mogli być narażeni na negatywne skutki praktyk stosowanych przez Spółkę. Dokonując oceny na tej płaszczyźnie, należy mieć na względzie również fakt, iż usługa „Zamów z Orange” jest usługą dostępną dla każdego abonenta Spółki posiadającego numer MSISDN w sieci Orange Polska¹⁷. Spółka w ramach zawartych z konsumentami umów umożliwia bezpośrednio „doliczenie” do rachunku telefonicznego płatności za określone usługi lub treści cyfrowe z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange”. Powyższe oznacza, iż ww. usługa jest adresowana do maksymalnie szerokiego kręgu konsumentów (abonentów Orange Polska), którzy ponieśli lub mogli ponieść dodatkowe opłaty z tytułu aktywacji usług lub treści cyfrowych z wykorzystaniem świadczonej przez Spółkę usługi.

W niniejszej sprawie istnieją zatem podstawy do oceny zachowania Spółki pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

b) Uprawdopodobnienie stosowania przez Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast art. 24 ust. 2 uokik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy.

W związku z powyższym dla uznania działania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, że spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

1. oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
2. zachowanie przedsiębiorcy jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami,
3. zachowanie to godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Jak stanowi art. 28 ust. 1 uokik, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione -

¹⁷ Metoda płatności nie jest dostępna dla użytkowników korzystających wyłącznie z oferty Orange Flex oraz nju mobile (por. str. 17 Decyzji).



na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1 uokik, lub będących podstawą wszczęcia postępowania – że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 uokik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24 uokik, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

Istota decyzji zobowiązującej polega na zawarciu quasi-porozumienia pomiędzy Prezesem UOKiK a przedsiębiorcą¹⁸. W doktrynie podkreśla się, że decyzja zobowiązująca stanowi jeden z najbardziej skutecznych mechanizmów będących w dyspozycji Prezesa UOKiK, których celem jest doprowadzenie działań przedsiębiorców do stanu zgodności z prawem ochrony konkurencji i konsumentów. Przyczyną wysokiej skuteczności procedury zobowiązującej jest przede wszystkim proporcjonalne rozłożenie obciążeń i korzyści po obu stronach tej relacji administracyjno-prawnej. Każda ze stron, tj. Prezes UOKiK i przedsiębiorca wnosi swoisty „wkład” w doprowadzenie do stanu zgodności z prawem, poświęcając z reguły pewne wartości, a w zamian zyskując inne, przy czym ostatecznie zyskuje konsument, którego interes podlega szczególnej ochronie¹⁹.

Analiza przepisu art. 28 ust. 1 uokik pozwala stwierdzić, że Prezes UOKiK może wydać powyższą decyzję w sytuacji łącznego spełnienia przesłanek:

1. uprawdopodobnienia w trakcie postępowania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów;
2. zobowiązania się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków;
3. uznania przez Prezesa UOKiK za celowe nałożenie obowiązku wykonania przedłożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania.

Uprawdopodobnienie w omawianym przypadku oznacza, że Prezes Urzędu odstępuje od udowodnienia określonych faktów. Wydanie decyzji zobowiązującej nie wymaga bowiem udowodnienia stosowania przez Spółkę zarzucanych jej praktyk. Wystarczające jest jedynie ustalenie z dużą dozą prawdopodobieństwa, iż zarzucane praktyki miały miejsce.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2021 r. poz. 162). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy - Prawo przedsiębiorców jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą. Działalnością gospodarczą jest zorganizowana działalność zarobkowa, wykonywana we własnym imieniu i w sposób ciągły (art. 3 ww. ustawy).

¹⁸ D. Miąsik (w:) T. Skoczny (red.), Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz, Warszawa 2009 r., s. 1048.

¹⁹ J. Sroczynski, Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów: decyzja zobowiązująca (uwagi praktyczne oraz de lege ferenda), IKAR 1/2012, s.99.



Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000010681. Spółka jest wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych pod nr 1. Orange Polska prowadzi więc we własnym imieniu zorganizowaną działalność zarobkową wykonywaną w sposób ciągły. Działalność ta polega na świadczeniu usług telekomunikacyjnych na obszarze całego kraju, zgodnie z klasyfikacją działalności zawartą we wpisie Spółki do Krajowego Rejestru Sądowego. Tym samym uznać trzeba, że Orange Polska jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 uokik, a działania Spółki podlegają ocenie w świetle przepisów ww. ustawy.

Uprawdopodobnienie sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami

Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sankcjonowane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Sprzeczność z prawem działania lub zaniechania przedsiębiorcy może być ujmowana jako zachowanie niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa stanowionego. Dobre obyczaje natomiast pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji w okolicznościach danego stanu faktycznego. Naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów prawa stanowionego lub dobrych obyczajów jest jednocześnie wyrazem naruszenia obowiązującego porządku prawnego, który obejmuje zarówno nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, jak i nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów²⁰. Rozważenia przy ocenie możliwości przypisania przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga zatem kwestia, czy jego zachowanie było zgodne czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Jednocześnie dla stwierdzenia powyższego bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, co oznacza, że nie musi być on umyślny.

Jako działania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca wskazuje w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik). Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070, dalej jako „upnpr”), która jednocześnie godzi w zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z art. 3 upnpr, zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych.

W tym miejscu należy wskazać, że zgodnie z definicją zawartą w art. 2 ust. 4 upnpr przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Produktem w rozumieniu art. 2 ust. 3 upnpr jest każdy towar lub usługa, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych.

W kontekście niniejszego postępowania istotne są także przepisy ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, które nakładają na przedsiębiorców określone obowiązki przy

²⁰ Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07.



umowach zawieranych na odległość związane m.in. z obowiązkiem przekazywania potwierdzenia zawarcia umowy na trwałym nośniku oraz składaniem zamówienia przez konsumenta, które skutkuje obowiązkiem zapłaty.

W związku z powyższym przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu będzie uprawdopodobnienie w ustalonym stanie faktycznym bezprawności działań przedsiębiorcy polegających na naruszeniu dyspozycji art. 17 ust. 3 upk (pkt I. 1.1. rozstrzygnięcia decyzji), art. 21 ust. 1 pkt 1 upk (w odniesieniu do praktyki określonej w pkt I.1.2. rozstrzygnięcia decyzji), art. 39 ust. 3 upk (w odniesieniu do praktyki określonej w pkt I.1.3. rozstrzygnięcia decyzji) oraz naruszeniu zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych określonego w art. 3 upnpr, poprzez stosowanie praktyki określonej w art. 4 ust. 1 upnpr (w odniesieniu do praktyki wskazanej w pkt I.1.4. rozstrzygnięcia decyzji).

Model przeciętnego konsumenta

Wskazać należy, iż przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nakazują ocenę zachowania przedsiębiorcy w odniesieniu do przeciętnego konsumenta. Tym samym, aby móc uznać daną praktykę rynkową za nieuczciwą w rozumieniu art. 4 ust. 1 upnpr, konieczne jest ustalenie modelu przeciętnego konsumenta. Zgodnie z art. 2 pkt 8 upnpr przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonywać się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów. Przez szczególną grupę konsumentów rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna czy umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta dokonywana jest ocena „nieuczciwości” praktyki rynkowej stosowanej przez przedsiębiorcę.

Przeciętnego konsumenta należy rozumieć jako dostatecznie dobrze (przeciętnie) rozważnego i zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego produktu informacji, przekazywanej w sposób niewprowadzający w błąd. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech konsumenta (jego „przeciętność”) polegającą na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie można wymagać, aby jego wiedza była kompletna i profesjonalna.

W niniejszej sprawie brak jest przesłanek uznania, że zakwestionowane przez Prezesa Urzędu praktyki skierowane były do szczególnej grupy konsumentów. Stronami umów o świadczenie przez Spółkę usług telekomunikacyjnych są osoby w różnym wieku, o zróżnicowanym wykształceniu i dochodach oraz o różnym stopniu świadomości otaczającej ich rzeczywistości, wobec czego konstrukcję modelu przeciętnego konsumenta należy stworzyć bez odwoływania się do przynależności adresatów praktyk do szczególnej grupy konsumentów. Tak zdefiniowany przeciętny konsument ma prawo zakładać, że działanie Spółki jako profesjonalisty będzie charakteryzować się uczciwością i rzetelnością, a przede wszystkim, że Spółka nie będzie naruszać prawa oraz świadczyć



oferowane usługi profesjonalnie i z zachowaniem należytej staranności.

Grupę kontrahentów Orange Polska tworzą osoby korzystające z usług telekomunikacyjnych, które znajdują się w obszarze świadczenia usług przez Spółkę. Na podstawie zawartej z przedsiębiorcą umowy do usług tych należy np. możliwość wykonywania połączeń telefonicznych, wysyłania wiadomości SMS/MMS czy dostęp do Internetu. Nie można natomiast oczekiwać od przeciętnego konsumenta znajomości wszystkich usług (w tym technologicznych aspektów ich świadczenia) oraz funkcjonalności, które oferuje swoim abonentom Spółka. Dotyczy to zarówno usługi „Zamów z Orange” jak również znajomości technologicznego procesu wysyłki i aktywacji usług za pomocą powiadomień otrzymywanych na numer telefonu (MSISDN) abonenta („SMS FLASH”). Od przeciętnego konsumenta można oczekiwać tutaj, że będzie miał świadomość, iż niektóre z ww. usług świadczonych przez Spółkę mogą wiązać się z koniecznością poniesienia dodatkowej opłaty. Konsument ma jednak prawo polegać w tym zakresie na rzetelnej informacji przekazanej przez przedsiębiorcę (m.in. o oferowanych przez siebie usługach i okolicznościach ich świadczenia). Ponadto konsument od Spółki jako profesjonalisty, a zarazem dostawcy usług telekomunikacyjnych, z którym zawarł stosowną umowę, ma prawo oczekiwać reakcji w sytuacji zgłoszenia lub zasygnalizowania wystąpienia nieprawidłowości w toku świadczenia usług takich jak np. usługa „Zamów z Orange”. Powyższe powinno się wiązać z podjęciem przez Spółkę konkretnych działań w celu ich wyjaśnienia, również w sytuacji, gdy zidentyfikowane nieprawidłowości występują po stronie podmiotu trzeciego (kontrahenta Spółki, z którym współpracuje przy świadczeniu usługi „Zamów z Orange”).

Ponadto przeciętny konsument, składając reklamację do Przedsiębiorcy w związku z występującymi nieprawidłowościami po otrzymaniu faktury wskazującej wyższą niż dotychczas opłatę za bliżej nieokreślone usługi lub treści cyfrowe podmiotów trzecich lub świadczone przez Orange Polska płatne usługi nietelekomunikacyjne (aktywowane z wykorzystaniem tzw. „SMS FLASH”), ma prawo oczekiwać rzetelności i profesjonalnego działania ze strony Spółki w oparciu o posiadane i zweryfikowane uprzednio przez niego informacje (w analizowanym przypadku dotyczące okoliczności aktywacji ww. treści, jak również informacji o usłudze „Zamów z Orange” i zasadach jej świadczenia). Przeprowadzona przez Przedsiębiorcę analiza powinna dotyczyć wszystkich wskazanych przez konsumenta okoliczności faktycznych i podlegać merytorycznej ocenie.

Nieuzasadnione jest zarazem oczekiwanie, by przeciętny konsument, analizując treść odpowiedzi Spółki na złożoną reklamację zmuszony był przeprowadzać dodatkową analizę użytych w niej pojęć i nazw (bez uprzednich wyjaśnień w tym zakresie ze strony Spółki) celem zidentyfikowania przyczyny naliczonych opłat, sposobu, zasad oraz podmiotu odpowiedzialnego za ich doliczenie. Konsument ma prawo oczekiwać, iż wskazane przez przedsiębiorcę w odpowiedzi na reklamacje informacje będą rzetelne i pozwolą na ewentualne dochodzenie roszczeń. Za niedopuszczalne uznać należy tym samym podawanie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji.

Uprawdopodobnienie sprzeczności z prawem praktyki określonej w pkt I.1.1. rozstrzygnięcia decyzji

Kwestionowane przez Prezesa Urzędu zachowanie dotyczy naruszania obowiązku czytelnego oznaczania w powiadomieniach wysyłanych na telefony konsumentów przycisku służącego do złożenia zamówienia płatnych usług nietelekomunikacyjnych: „Gdzie jest



Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL” słowami „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” lub innym równoważnym sformułowaniem.

Zgodnie z treścią art. 17 ust. 1 i ust. 2 upk jeżeli umowa zawierana na odległość, przy użyciu środków komunikacji elektronicznej, nakłada na konsumenta obowiązek zapłaty, przedsiębiorca ma obowiązek dostarczyć konsumentowi w sposób jasny i widoczny, bezpośrednio przed złożeniem przez konsumenta zamówienia, informacji, o których mowa w art. 12 ust. 1 pkt 1, 5, 16 i 17. Przedsiębiorca zapewnia, aby konsument w momencie składania zamówienia wyraźnie potwierdził, że wie, że zamówienie pociąga za sobą obowiązek zapłaty.

Z art. 17 ust. 1 i 2 ww. ustawy koresponduje art. 17 ust. 3 upk, zgodnie z którym, jeżeli do złożenia zamówienia używa się przycisku lub podobnej funkcji, muszą być one oznaczone w łatwo czytelny sposób słowami "zamówienie z obowiązkiem zapłaty" lub innym równoważnym jednoznacznym sformułowaniem.

Omawiany przepis stanowi transpozycję art. 8 ust. 2 dyrektywy 2011/83 do prawa polskiego i nakłada określone obowiązki na przedsiębiorcę. Przepis ten pozostaje bez uszczerbku dla obowiązków przedsiębiorcy wobec konsumenta wynikających z art. 9 i 11 dyrektywy 2000/31/WE, w szczególności obowiązku niezwłocznego potwierdzenia złożenia zamówienia. W pierwszej kolejności powinien on skonstruować procedurę zawierania umowy z konsumentem w taki sposób, żeby bezpośrednio przed złożeniem swojego oświadczenia woli konsument otrzymał określone informacje, a ponadto żeby - składając to oświadczenie woli - **potwierdził, że świadomy jest obowiązku dokonania zapłaty na rzecz przedsiębiorcy.**

Art. 17 ust. 2-4 upk przewidują wymogi formalne dotyczące składanego na odległość oświadczenia konsumenta o zawarciu umowy lub o złożeniu oferty. Oświadczenie takie wywołuje skutki prawne wyłącznie, gdy przedsiębiorca stworzył takie warunki techniczne, **że oświadczeniu konsumenta towarzyszy wyraźne potwierdzenie przez niego wiedzy o tym, że złożenie oświadczenia pociąga za sobą obowiązek zapłaty** oraz przycisk lub funkcja - jeśli złożenie oświadczenia następuje przez naciśnięcie (wirtualnego) przycisku lub przez inną podobną funkcję - są oznaczone zwrotem „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” lub innym podobnym zwrotem, przy czym oznaczenie to jest łatwo czytelne²¹.

W sytuacji zawierania umów na odległość za pośrednictwem środków komunikacji elektronicznej (m.in. telefonu, strony internetowej) szczególnie ważne jest zapewnienie, aby konsument był w stanie określić moment, w którym przyjmuje na siebie obowiązek zapłaty na rzecz przedsiębiorcy oraz by uświadamiał sobie dostatecznie, że stosowana procedura wiązać się będzie z obowiązkiem dokonania płatności. Powyższe wymaga używania przez przedsiębiorcę jednoznacznych sformułowań, które wskazuje na fakt, że złożenie zamówienia pociąga za sobą obowiązek zapłaty na jego rzecz.

W toku procedury zawierania umowy dopuszczalne jest postępowanie się przez przedsiębiorcę sformułowaniami: „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” albo innymi słowami, które jednoznacznie wyrażają ten sam sens. Z art. 17 ust. 3 upk wynika, że chodzi o sformułowanie językowe. Niedopuszczalne jest zatem posłużenie się jedynie znakiem obrazkowym (piktogramem). Jednocześnie wskazać należy, iż obowiązek zapłaty po stronie konsumenta jednoznacznie wyrażają stwierdzenia, które odwołują się do kupna

²¹ Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz, red. Osajda 2020, wyd. 3/P. Mikłaszewicz, komentarz do art. 17 upk (dostęp: Legalis).



lub sprzedaży, ponieważ czynność ta ma charakter odpłatny. Powyższe umożliwia uświadomienie konsumentowi, że dokonywana czynność ma charakter odpłatny, czemu powinien zostać podporządkowany opis przycisku lub funkcji stosowanej przez przedsiębiorcę do składania zamówień.

Stosownie do art. 17 ust. 3 upk przyciski oraz inne wykorzystywane funkcje powinny być oznaczone w łatwo czytelny sposób. Przedsiębiorca musi je skonstruować, **tak aby były one wyraźne, przejrzyste oraz z łatwością dostrzegalne przez przeciętnego konsumenta.** Przyciski oraz inne wykorzystywane funkcje, którymi posługuje się przedsiębiorca w toku procedury zawierania umowy muszą być **związane bezpośrednio z chwilą składania przez konsumenta zamówienia.**

W analizowanym przypadku ww. sformułowanie „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” albo inne słowa, które jednoznacznie wyrażają ten sam sens powinny się znaleźć na przycisku służącym do złożenia zamówienia, nie zaś w innym miejscu (nawet na tej samej stronie) np. stronie internetowej na której następuje aktywacja płatnych treści. Powyższe umożliwia maksymalne skupienie uwagi konsumenta w momencie podejmowania ostatecznej decyzji dotyczącej zakupu. Z perspektywy konsumenta nie rodzi również wątpliwości, czy jest to moment, w którym należy podjąć ostateczną decyzję o związaniu się umową.

W toku prowadzonego postępowania Prezes Urzędu przeanalizował treść powiadomień (flash SMS-ów), którymi posługuje się Spółka w toku zawierania umowy na własne usługi nietelekomunikacyjne „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL”.

Ww. usługi są usługami świadczonymi drogą elektroniczną w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Zgodnie z art. 2 ust. 4 ww. ustawy świadczenie usługi drogą elektroniczną polega **na wykonaniu usługi świadczonej bez jednoczesnej obecności stron (na odległość)**, poprzez przekaz danych na indywidualne żądanie usługobiorcy, przesyłanej i otrzymywanej za pomocą urządzeń do elektronicznego przetwarzania, włącznie z kompresją cyfrową, i przechowywania danych, która jest w całości nadawana, odbierana lub transmitowana za pomocą sieci telekomunikacyjnej w rozumieniu ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. - Prawo telekomunikacyjne. Za środki komunikacji elektronicznej w rozumieniu ww. ustawy uważa się rozwiązania techniczne, w tym urządzenia teleinformatyczne i współpracujące z nimi narzędzia programowe, umożliwiające indywidualne porozumiewanie się na odległość przy wykorzystaniu transmisji danych między systemami teleinformatycznymi, a w szczególności pocztę elektroniczną (art. 2 ust. 5 ww. ustawy). Umowy o świadczenie płatnych usług nietelekomunikacyjnych są umowami zawieranymi przez Spółkę z konsumentami na odległość z wykorzystaniem środka komunikacji elektronicznej tj. telefonu. W konsekwencji znajdzie do nich również zastosowanie art. 17 upk.

Analiza materiału dowodowego wykazała, iż Spółka w toku zawierania umów na własne usługi nietelekomunikacyjne kierowała do konsumentów powiadomienia otrzymywane na numer telefonu (MSISDN) i wyświetlane na ekranie telefonu, które nie podlegały archiwizacji w skrzynkach odbiorczych (por. str. 37 Decyzji). Powiadomienia skonstruowane były w sposób, który umożliwiał wybór przez abonenta jednego z dwóch przycisków na ekranie telefonu - „OK” lub „Anuluj”. Zgodnie z poczynionymi ustaleniami wybranie przycisku „OK” **potwierdzało przez konsument wolę aktywacji proponowanej usługi i prowadziło do zawarcia odpłatnej umowy ze Spółką.** Zgodnie z przewidzianym mechanizmem wybór przez konsumenta przycisku „OK” na ekranie telefonu powodował automatyczne wygenerowanie i wysłanie z telefonu konsumenta SMS potwierdzającego



aktywację wybranej usługi, bez konieczności podjęcia innych dodatkowych czynności.

Przewidziana przez Spółkę procedura, która zakłada użycie przycisku „OK” do złożenia zamówienia skutkującego obowiązkiem zapłaty za usługi nietelekomunikacyjne Orange Polska, nie spełnia wymogów z art. 17 ust. 3 upk. Zgodnie z treścią ww. przepisu przyciski muszą być oznaczone w łatwo czytelny sposób słowami *„zamówienie z obowiązkiem zapłaty”* lub *innego równoważnego jednoznacznego sformułowania*. Za ww. sformułowanie lub co najmniej równoważne (np. *„zamówienie z zapłatą”, „zapłata za zamówienie”, „potwierdź zakup”*), które w łatwo czytelny sposób informowałyby o złożeniu zamówienia nie można w tym przypadku uznać przycisku „OK”, którym postępuje się Spółka.

Analiza treści ww. powiadomień kierowanych do abonentów wykazała, iż nie informują one w sposób jasny i czytelny, iż wybór przez konsumenta przycisku „OK” na ekranie telefonu wiązać się będzie ze złożeniem dyspozycji skutkującej zamówieniem płatnej usługi (nawet jednak wskazanie w treści wiadomości, że kliknięcie przycisku „OK” jest równoznaczne ze złożeniem zamówienia nie zwalniałoby przedsiębiorcy z obowiązku oznaczenia samego przycisku zgodnie z art. 17 ust. 3 upk). Sposób sformułowania komunikatów może sugerować, iż mają one jedynie charakter informacyjny np. w przypadku usługi „Nawigacja Orange” *Codziennie tracisz czas stojąc w korkach? Zmieni to z NAWIGACJA ORANGE. Testuj 1 miesiąc za 0 zł/potem 12,99mc* (por. str. 37 Decyzji)²².

O braku świadomej zgody na aktywację i złożeniu zamówienia skutkującego obowiązkiem zapłaty za usługę nietelekomunikacyjną świadczą również skargi konsumentów kierowane do Urzędu. Konsumenty wskazywali, iż nie zamawiali płatnych usług, a ww. treści zostały aktywowane bez ich zgody np. *„Kliknięcie przycisku „ok” jest bardzo prawdopodobne i spowoduje poświadczanie niechcianej zgody na płatną usługę”, „Ostatnio notorycznie dostaje wiadomość sieciowa po której jeśli ktos nieswiadomie kliknie ok zostaje obciążony kwota 9.99zł”* (por. str. 23-26 Decyzji).

Podsumowując, uprawdopodobniono, że Spółka naruszyła obowiązek czytelnego oznaczania w powiadomieniach wysyłanych na telefony konsumentów przycisku służącego do złożenia zamówienia płatnych usług nietelekomunikacyjnych: „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL” słowami *„zamówienie z obowiązkiem zapłaty”* lub innym równoważnym sformułowaniem. W konsekwencji należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt I.1.1. rozstrzygnięcia decyzji praktyka Spółki narusza art. 17 ust. 3 upk.

Uprawdopodobnienie sprzeczności z prawem praktyk określonych w pkt I.1.2. i pkt I.1.3 rozstrzygnięcia decyzji

Kwestionowane przez Prezesa Urzędu zachowanie dotyczy nieprzekazywania konsumentom potwierdzenia warunków zawarcia umowy świadczenia płatnych usług nietelekomunikacyjnych: „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza”, „Zabezpiecz PESEL” oraz usługi „Zamów z Orange” na trwałym nośniku, co mogło być sprzeczne z art. 21 ust. 1 pkt 1 upk (pkt I.1.2 rozstrzygnięcia Decyzji) oraz art. 39 ust. 3 upk (pkt I.1.3 rozstrzygnięcia Decyzji). Art. 21 ust. 1 pkt 1 upk znajduje zastosowanie m.in. do umów na usługi świadczonych drogą elektroniczną, art. 39 ust. 3 upk natomiast m.in. do umów obejmujących usługi płatnicze.

²² Zgodnie z ustaleniami Prezesa Urzędu treść ww. wiadomości różni się w zależności od oferowanej usługi. Żaden z komunikatów nie informuje, iż wybór przycisku „OK” skutkować będzie uruchomieniem płatnej treści.



Zgodnie z treścią art. 21 ust. 1 pkt 1 i 2 upk przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi potwierdzenie zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku w rozsądnym czasie po jej zawarciu, najpóźniej w chwili dostarczenia rzeczy lub przed rozpoczęciem świadczenia usługi. Potwierdzenie obejmuje:

- 1) informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1, chyba że przedsiębiorca dostarczył konsumentowi te informacje na trwałym nośniku przed zawarciem umowy;
- 2) informację o udzielonej przez konsumenta zgodzie na dostarczenie treści cyfrowych w okolicznościach powodujących utratę prawa odstąpienia od umowy.

Zgodnie z art. 39 ust. 3 upk przedsiębiorca jest obowiązany do przekazania konsumentowi informacji, o których mowa w ust. 1, utrwalonych na papierze lub innym trwałym nośniku dostępnym dla konsumenta, przed zawarciem umowy, a gdy umowa jest na życzenie konsumenta zawierana z zastosowaniem środka porozumiewania się na odległość, który na to nie pozwala - niezwłocznie po jej zawarciu.

Powyższe przepisy, określając formę utrwalenia przekazywanych konsumentowi informacji lub treści oświadczeń woli albo wiedzy składanych przez strony umowy, mają na celu ochronę interesów konsumenta. Obowiązek przekazania konsumentowi potwierdzenia warunków umowy zawartej na odległość istnieje tutaj niezależnie od nakazu dostarczenia konsumentowi informacji na etapie przedkontraktowym (zob. art. 12 ust. 1 upk i art. 39 upk ust. 1).

Art. 12 ust. 1 upk ma na celu ochronę konsumenta przez udzielenie mu określonych informacji związanych z planowaną umową, których obowiązek potwierdzenia statuuje art. 21 ust. 1 pkt 1 upk. Art. 39 ust. 1 upk reguluje obowiązki informacyjne w zakresie usług finansowych na odległość, które są typowym instrumentem ochrony konsumenta, u podstawy której leży idea ochrony przez informację. Prawo konsumenta do uzyskania informacji o przedmiocie i warunkach świadczenia usługi finansowej, które są podstawą oceny sytuacji rynkowej i tym samym możliwie swobodnego podjęcia decyzji, to jedno z jego zasadniczych praw. Ochrona przez informację pozwala przywrócić równowagę sił na rynku finansowym, dzięki czemu konsument może stać się jego czynnym uczestnikiem. Ochrona ta wynika także z obowiązku lojalnego kontraktowania (...) ²³.

Usługi nietelekomunikacyjne oferowane pod marką Orange Polska („Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL”) są usługami świadczonymi drogą elektroniczną w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Umowy o świadczenie takich usług są umowami zawieranymi przez Spółkę z konsumentami na odległość. W konsekwencji znajdzie do nich również zastosowanie art. 21 ust. 1 pkt 1 upk.

Zgodnie z ustaleniami poczynionymi przez Prezesa Urzędu w toku przedmiotowego postępowania usługę „Zamów z Orange” zakwalifikować należy z kolei jako usługę płatniczą w rozumieniu ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych, która z uwagi na wartość nabywanych produktów lub treści cyfrowych w toku jej świadczenia podlegać będzie wyłączeniu spod stosowania przepisów ww. ustawy przewidzianemu w art. 6 pkt 12 ww. ustawy. Powyższe znajduje potwierdzenie również w stanowisku Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego (por. str. 28 Decyzji). Nie wpływa to jednak na kwalifikację ww. usługi jako usługi płatniczej.

²³ Rutkowska-Tomaszewska E. (w:) Komentarz do art. 39 ustawy o prawach konsumenta, red. Lubasz D. (red.), Namysłowska M. (red.), Barańczyk I., Byczko S., Chomiczewski W., Janeta J., Katner P., Matysiak W.P., Mycko-Katner I., Rutkowska-Tomaszewska E., (dostęp: Lex).



Przepisy ustawy o prawach konsumenta nie definiują pojęcia usługi finansowej. W drodze wykładni prounijnej - na potrzeby stosowania art. 4 ust. 2 upk - pojęcie to trzeba rekonstruować z uwzględnieniem art. 2 lit. b dyrektywy 2002/65 oraz art. 2 pkt 12 dyrektywy 2011/83. W powołanych przepisach unijnych usługę finansową zdefiniowano jako każdą usługę o charakterze bankowym, kredytowym, ubezpieczeniowym, emerytalnym, inwestycyjnym lub **płatniczym** (zob. także poprzednio obowiązujący art. 16a ust. 1 u.o.n.p.k.)²⁴.

Mając na uwadze powyższe, ww. usługa zakwalifikowana będzie mogła zostać również jako usługa finansowa świadczona przez Spółkę na rzecz konsumentów na podstawie umów zawartych na odległość.

W obydwu analizowanych przypadkach do świadczonych przez Spółkę usług (usługi „Zamów z Orange” oraz usług niefinansowych) zastosowanie znajdują przepisy i obowiązki ciążące na przedsiębiorcy wynikające z ustawy o prawach konsumenta. Cechą charakterystyczną umowy zawartej na odległość jest sposób dokonania czynności prawnej. Umowa jest zawierana bez jednoczesnej, fizycznej obecności stron w jednym miejscu w przestrzeni. W procesie komunikacji - ze względu na odległość - muszą skorzystać z pośrednictwa urzędnika do przekazywania informacji (mechanicznego, elektronicznego itp.). Zawarcie omawianej umowy musi zaś następować z wykorzystaniem środka porozumiewania się na odległość np. strony internetowej, poczty elektronicznej czy telefonu.

W analizowanym przypadku kluczową kwestię stanowi pojęcie trwałego nośnika, który zgodnie z art. 2 ust. 4 upk określony jest jako materiał lub narzędzie umożliwiające konsumentowi lub przedsiębiorcy przechowywanie informacji kierowanych osobiście do niego, w sposób umożliwiający dostęp do informacji w przyszłości przez czas odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i które pozwalają na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci.

Trwałym nośnikiem w rozumieniu art. 2 pkt 4 upk, może być papier oraz narzędzie (urządzenie) mające na celu przechowywanie i odczytywanie informacji w postaci cyfrowej (elektronicznej), w tym optycznej np. pamięć USB, płyty CD, DVD, karty pamięci lub dyski twarde komputery, a także poczta elektroniczna. Za trwały nośnik uznać należy również treści (np. dokumenty w formie pliku pdf) udostępniane przez przedsiębiorców z wykorzystaniem określonych funkcjonalności (oraz spełniające wymogi określone w art. 2 ust. 4 upk) zamieszczone na stronach internetowych lub serwisach przedsiębiorcy.

W uzasadnieniu projektu ustawy o prawach konsumenta wskazano, iż *„jakkolwiek poczta elektroniczna nie jest ani 'materiałem', ani 'urządzeniem', o których mowa w ww. definicji [art. 2 ust. 4 upk - przypis własny], to przy komunikowaniu się przy pomocy poczty elektronicznej przekazywane informacje są utrwalane na trwałych nośnikach, np. na serwerze odbiorcy, co w praktyce oznacza, że posłużenie się pocztą elektroniczną do przekazania informacji, co do których projekt wymaga, aby były utrwalone na trwałym nośniku, będzie spełniać ten wymóg”*²⁵.

Nośnik musi mieć - *verba legis* - charakter trwały. Powinien umożliwiać przechowywanie i odtwarzanie informacji przez czas odpowiedni do celów, jakim informacje te mają służyć.

²⁴ Czech T. (w:) Komentarz do art. 4 ustawy o prawach konsumenta (pkt 83). Prawa konsumenta. Komentarz, Wydanie II, WKP, 2020 (dostęp: Lex).

²⁵ Uzasadnienie projektu ustawy o prawach konsumenta, Druk Sejmowy nr 2076, Sejm Rzeczypospolitej Polskiej VII Kadencji, s. 5.



W tym kontekście należy uwzględniać interesy stron kształtujące się na tle danej umowy między przedsiębiorcą a konsumentem.

O trwałym nośniku można mówić wyłącznie wówczas, gdy dany materiał lub urządzenie będzie **pozwalać na utwalenie przekazanej informacji w niezmienionej treści przez co najmniej odpowiedni okres i jej odtworzenie**. Istotną cechą trwałych nośników jest więc umożliwienie konsumentowi przechowywania informacji tak długo, jak jest to dla niego konieczne w celu ochrony swoich interesów wynikających ze stosunków łączących go z przedsiębiorcą.

Możliwość zakwalifikowania konkretnego materiału, urządzenia lub narzędzia jako trwałego nośnika uwarunkowana jest zatem posiadaniem przez niego:

1. *zdolności do przechowywania informacji;*
2. *możliwości odtworzenia przechowywanych informacji w niezmienionej formie;*
3. *trwałości, umożliwiającej niezakłócony dostęp do zawartych w nim treści przynajmniej przez czas odpowiedni, do celów, jakim zgromadzone na nim informacje służą.*

Dopiero kumulatywne wystąpienie tych cech pozwala na zakwalifikowanie danego nośnika jako „trwałego nośnika”²⁶.

Co do zasady, spełnienie wymogu przekazania konsumentowi przez przedsiębiorcę informacji na trwałym nośniku nie powinno być związane z działaniami konsumenta, takimi jak wyszukanie odpowiedniego wzorca umownego na stronie internetowej, aplikacji przedsiębiorcy czy zapisaniem informacji zawartych na wyświetlonej stronie internetowej na twardym dysku lub innym nośniku²⁷. W ocenie Prezesa Urzędu w ww. sytuacji każdorazowo analizie podlegać powinny stosowane przez przedsiębiorcę na stronach internetowych czy serwisach dodatkowe funkcjonalności. Za spełnienie funkcji trwałego nośnika nie można uznać zamieszczenia informacji (np. pliku pdf) na stronie internetowej czy serwisie kontrolowanym przez przedsiębiorcę, który uprawniony będzie do późniejszej modyfikacji zawartych w nich treści. W takim przypadku konieczne jest zapewnienie przez przedsiębiorcę również określonych funkcjonalności, które zagwarantują, iż dany materiał lub urządzenie będzie pozwalało na utwalenie przekazanej informacji w niezmienionej treści przez określony okres i jej odtworzenie (w tym także w sytuacji, w której konsument nie zapisze informacji od razu po zawarciu umowy).

Wskazówek dotyczących możliwości spełnienia przez przedsiębiorców funkcji trwałego nośnika z wykorzystaniem strony internetowej i hiperlinku dostarcza orzecznictwo TSUE, który analizował, czy udostępnienie konsumentowi danych wymaganych zgodnie z dyrektywą 97/7/WE wyłącznie za pomocą hiperlinku na stronie internetowej danego przedsiębiorstwa może być uznane za trwały nośnik. Trybunał rozstrzygnął, że praktyka handlowa polegająca na udostępnieniu konsumentowi informacji przewidzianych w tym przepisie wyłącznie za pomocą hiperlinku na stronie internetowej danego przedsiębiorstwa nie spełnia wymogów ustanowionych w analizowanych w sprawie przepisach, gdyż informacje te nie są "przekazane" przez to przedsiębiorstwo ani nie są one "otrzymane" przez konsumenta, a strona internetowa, taka jak będąca przedmiotem postępowania w sprawie, nie może być uznana za "trwały nośnik" w rozumieniu rzeczono art. 5 ust. 1 dyrektywy 97/7/WE.

²⁶ *Trwały nośnik w obrocie konsumenckim*, J.M.Szczygiel, IKAR 2017 nr 3 (dostęp: Legalis).

²⁷ Por. także D. Lubasz (w:) *Ustawa...*, red. M. Namysłowska, D. Lubasz, s. 51-53.



W omawianych przypadkach strona internetowa przedsiębiorcy, do której odsyła link przekazany konsumentowi, nie pozwala mu na przechowywanie informacji, które są do niego osobiście skierowane w taki sposób, aby mógł on mieć do nich dostęp i odtworzyć je w niezmienionej postaci w odpowiednio długim okresie z wyłączeniem możliwości późniejszej, jednostronnej zmiany ich zawartości przez przedsiębiorcę (Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej w wyroku z dnia 5 lipca 2012 r., C-49/11, Content Services, ECR 2005, s. I-640, na tle art. 5 ust. 1 dyrektywy 97/7).

Odnosząc się natomiast do możliwości posługiwania się przez przedsiębiorców serwisami internetowymi, które dostępne są dla konsumentów po zalogowaniu się (indywidualne konta) wskazać należy na wymagania dotyczące serwisów bankowości elektronicznej oraz korespondencję wewnętrzną prowadzoną przez banki z konsumentami na takich platformach bankowości internetowej (skrzynki odbiorcze).

Zgodnie z wykładnią zastosowaną przez TSUE, który *analizując pojęcie „trwałego nośnika informacji” użyte w dyrektywie 2007/64/WE w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego w kontekście pojęć „dostarczenia” oraz „udostępnienia” informacji, stwierdził, że możliwość uznania dostarczenia użytkownikowi usług płatniczych informacji na trwałym nośniku przez skrzynkę poczty elektronicznej na stronie internetowej bankowości elektronicznej, uzależniona jest od spełnienia dwóch przesłanek. Po pierwsze, strona internetowa musi stwarzać użytkownikowi możliwość przechowywania informacji adresowanych osobiście do niego w sposób umożliwiający dostęp do nich i odtworzenie ich w niezmienionej postaci we właściwym okresie, bez możliwości jednostronnego wprowadzenia przez tego dostawcę lub przez innego przedsiębiorcę zmian do ich treści. Po drugie, jeżeli użytkownik usług płatniczych jest zmuszony wejść na tę stronę internetową, aby zapoznać się z nowymi informacjami, na dostawcy usług płatniczych ciąży obowiązek powiadomienia użytkownika o istnieniu i dostępności na wskazanej stronie internetowej informacji²⁸.*

Analiza materiału dowodowego przeprowadzona w toku prowadzonego postępowania wykazała, iż w toku świadczenia usługi „Zamów z Orange” oraz płatnych usług nietelekomunikacyjnych, Spółka do 28 listopada 2020 r. nie wypełniała ciężącego na niej obowiązku przekazania konsumentom potwierdzenia zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku.

W świetle dokonanych w toku postępowania ustaleń i informacji przekazanych przez Orange Polska wynika, iż Przedsiębiorca zaniechał wskazanych powyżej działań tj. nieprzekazywania konsumentom potwierdzenia warunków zawarcia umowy świadczenia płatnych usług nietelekomunikacyjnych: „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza”, „Zabezpiecz PESEL” oraz usługi „Zamów z Orange” na trwałym nośniku. Praktyki, o których mowa w pkt II i III niniejszego rozstrzygnięcia, zostały zaniechane z dniem 28 listopada 2020 r. tj. datą wdrożenia funkcjonalności [*****].

W ocenie Prezesa Urzędu zaniechanie praktyki przez Przedsiębiorcę było wynikiem wdrożenia rozwiązania dostawcy [*****], która umożliwia potwierdzenie warunków zawarcia umowy na usługę „Zamów z Orange” oraz ww. płatne usługi nietelekomunikacyjne na trwałym

²⁸ Wyr. w sprawie BAWAG PSK Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG przeciwko Verein für Konsumenteninformation, C-375/15, ECLI:EU:C:2017:38 [w:] Trwały nośnik w obrocie konsumenckim, J.M.Szczygiel, IKAR 2017 nr 3 (dostęp: Legalis).



nośniku. Ww. rozwiązanie zapewnia niezmienność potwierdzeń zawarcia umowy na ww. usługi, które zamieszczone zostają w serwisie „Mój Orange”. (por. str. 39-40 Decyzji). Dostęp do potwierdzeń zawarcia umowy konsument uzyskuje po zalogowaniu w ww. serwisie z wykorzystaniem strony www.orange.pl/mojorange lub aplikacji mobilnej. Abonent Spółki jest powiadamiany poprzez wiadomość SMS o uzyskaniu dostępu do określonej usługi lub treści cyfrowej podmiotu trzeciego aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange”. W przypadku własnych usług niefunkcyjnych oferowanych pod marką Orange Polska, Spółka przesyła wiadomość SMS z potwierdzeniem realizacji transakcji i zawarciem umowy na ww. usługi. W treści ww. wiadomości konsument zostaje poinformowany, iż potwierdzenie warunków zawarcia umowy na usługę „Zamów z Orange” oraz ww. płatne usługi niefunkcyjne jest dostępne w serwisie „Mój Orange” (po zalogowaniu się za pośrednictwem strony www.orange.pl/mojorange lub aplikacji mobilnej) w formacie pliku pdf (z możliwym wydrukiem lub zapisem). Ww. potwierdzenia udostępniane są konsumentom w ww. serwisie w oparciu o ww. funkcjonalność [*****]. Dokument udostępniony w oparciu o ww. technologie wyposażony jest w atrybut niezmienności, a zawarte w nim informacje o usłudze „Zamów z Orange” lub własnych usługach niefunkcyjnych możliwe są do odtworzenia przez konsumenta w niezminionej formie przez określony czas. Spółka nie jest uprawniona do dokonywania zmian w jego treści po aktywacji usługi (treści cyfrowej). W analizowanym przypadku ww. serwis (dostępny dla abonentów za pośrednictwem strony internetowej lub aplikacji uznać należy za portal służący przekazywaniu informacji na trwałym nośniku (np. pliku w formacie pdf).

W przypadku usługi „Zabezpiecz Pesel” dokument w postaci pdf (o nazwie *Zabezpiecz Pesel podsumowanie usług Orange i KRD oraz potwierdzenie zawarcia umowy*) dostarczany jest za pośrednictwem wiadomości e-mail na wskazany przez konsumenta adres poczty elektronicznej. W przypadku otrzymania potwierdzenia zawarcia umowy na adres poczty elektronicznej konsumentowi zapewniona zostaje w tym przypadku możliwość przechowywania zaadresowanych do niego informacji o usłudze w sposób umożliwiający dostęp do nich i odtworzenie ich w niezminionej postaci we właściwym okresie, bez możliwości jednostronnego wprowadzenia przez Spółkę zmian do ich treści.

Analiza przez Prezesa Urzędu przykładowych potwierdzeń wykazała, iż w przypadku usługi „Zamów z Orange” oraz płatnych usług niefunkcyjnych ww. potwierdzenia zawierają informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1 oraz 39 ust. 1 upk (por. str. 40 i 44 Decyzji).

W przypadku usługi „Zamów z Orange” wiadomość SMS z potwierdzeniem zawarcia umowy na usługę „Zamów z Orange” umożliwiającą dostęp do określonej treści cyfrowej lub usługi (tj. umowy o usługę „Zamów z Orange” i umowy z dostawcą ww. treści cyfrowej lub usługi albo jego kontrahentem) mogła być również przygotowywana w oparciu o szablon wiadomości, który w swojej treści odsyłał do stron internetowych www.orange.pl/plac-z-orange lub www.orange.com/mojorange (por. str. 41-42 Decyzji).

W przypadku płatnych usług niefunkcyjnych wiadomości SMS z potwierdzeniem realizacji transakcji i zawarciem umowy na płatne usługi niefunkcyjne (zgodnie z przekazanymi przez Spółkę informacjami tzw. *treść SMS potwierdzającego uruchomienie usługi*), co najmniej [*****] odsyłała do strony internetowej www.orange.com/mojorange (serwis „Mój Orange”).

Mając na uwadze powyższe, w pierwszej kolejności rozważyć należy możliwość spełnienia



przez Spółkę obowiązku przekazywania abonentom potwierdzeń warunków zawarcia umowy na trwałym nośniku, w sytuacji posługiwania się wiadomością SMS, którą w toku świadczenia ww. usług otrzymują abonenci Orange Polska.

Zgodnie ze stanowiskiem wyrażonym w piśmiennictwie (Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny 2017, nr 3(6), *Trwały nośnik w obrocie konsumenckim*, J.M.Szczygiel): *możliwość uznania za trwały nośnik wiadomości SMS i/lub MMS w konkretnej sytuacji uzależniona będzie w konsekwencji od zdolności takiego nośnika do przekazania minimalnego zakresu informacji. W motywie 36 dyrektywy 2011/83/UE prawodawca europejski zaakcentował konieczność dostosowania wymogów informacyjnych w przypadku umów zawieranych na odległość w taki sposób, by uwzględnić ograniczenia techniczne niektórych nośników, takie jak ograniczenia związane z liczbą znaków na ekranie niektórych telefonów komórkowych lub ograniczenia czasowe dotyczące reklam telewizyjnych. W takich sytuacjach przedsiębiorca powinien spełnić minimalne wymogi informacyjne i odesłać konsumenta do innego źródła informacji, na przykład podając bezpłatny numer telefonu lub hipertączę do strony internetowej przedsiębiorcy, na której stosowne informacje są bezpośrednio udostępnione i łatwo dostępne. Z kolei art. 8 ust. 4 dyrektywy 2011/83/WE wskazuje na minimalny zakres informacji, jakie powinny zostać przekazane konsumentowi, jeżeli umowa jest zawarta przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, przewidującego ograniczoną przestrzeń lub czas na przedstawienie informacji. Wśród informacji tych są informacje dotyczące głównych cech towarów lub usług, oznaczenia przedsiębiorcy, łącznej ceny, prawa do odstąpienia od umowy, czasu trwania umowy, a jeśli umowa została zawarta na czas nieoznaczony - warunków rozwiązania umowy, o których to informacjach mowa w art. 6 ust. 1 lit. a, b, e, h i o dyrektywy. Pozostałe informacje, o których mowa w art. 6 ust. 1, udzielane są przez przedsiębiorcę konsumentowi w odpowiedni sposób zgodnie z ust. 1 tego artykułu. Analogiczne rozwiązanie zostało przyjęte w ustawie o prawach konsumenta w odniesieniu do środka porozumiewania się na odległość, którego właściwości techniczne ograniczają rozmiar możliwych do przekazania informacji lub czas na ich przedstawienie (art. 19 upk dotyczący informacji przekazywanych konsumentowi przed zawarciem umowy - przypis własny)²⁹.*

Analiza przekazanych przez Spółkę treści ww. wiadomości wykazała, iż mogą one nie zawierać wszystkich wymaganych prawem informacji wskazanych w art. 12 ust. 1 upk oraz art. 39 ust. 1 upk.

W przypadku świadczonej przez Spółkę usługi „Zamów z Orange” oraz usług nietelekomunikacyjnych za istotne uznać należy wskazanie przez przedsiębiorcę głównych cech (istotnych właściwości) świadczenia, jego przedmiotu, sposobu świadczenia usługi, danych identyfikujących Spółkę (jako podmiotu świadczącego ww. usługi we własnym imieniu), ceny, sposobu i terminu zapłaty. Wiadomości SMS wysyłane przez Spółkę w swojej treści mogą nie zawierać wszystkich wymaganych prawem informacji. Przykładowo w przypadku uzyskania dostępu do usługi „GameMine” z wykorzystaniem świadczonej przez Spółkę usługi „Zamów z Orange” w treści wiadomości, o której poinformowała Spółka, brak wskazanych w art. 39 ust. 1 upk informacji dotyczących świadczonej przez Spółkę usługi „Zamów z Orange” (por. np. „Witaj w GameMine! Odblokuj najlepsze gry na <http://pl.gamemine.com> 3 dni ZA DARMO potem 11,97 zł/tydz. Potwierdzenie warunków zakupu znajdziesz po zalogowaniu na orange.pl/mojorange w sekcji dodatkowe zamówienia.

²⁹ *Trwały nośnik w obrocie konsumenckim*, J.M.Szczygiel, IKAR 2017 nr 3 (dostęp: Legalis).



Więcej informacji pod numerem 222922724 lub <http://gmhelp.cc/pl>). Wskazane w treści wiadomości informacje dotyczą usług lub treści cyfrowych podmiotów trzecich. Za niewystarczające należy również uznać powołanie się w treści wiadomości na ogólne informacje, gdzie konsument powinien poszukiwać potwierdzenia zawarcia umowy w sytuacji, gdy strona, do której odsyła SMS nie spełnia wymogu niezmienności.

Powyższe uwagi pozostają aktualne również do własnych usług nietelekomunikacyjnych oferowanych pod marką Orange Polska, w przypadku których Spółka przesyła wiadomość SMS z potwierdzeniem realizacji transakcji i zawarcia umowy na ww. usługi. W treści otrzymywanych przez konsumentów wiadomości (abstrahując w tym miejscu od dodania przez Spółkę informacji o miejscu zamieszczenia potwierdzenia warunków umowy od [*****]) brak wymaganych prawem informacji wskazanych w art. 12 ust.1 upk (m.in. głównych cech świadczenia, danych identyfikujących przedsiębiorcę jako usługodawcę). Za niewystarczającego należy uznać również powołanie się w treści wiadomości na miejsce, w którym dostępny jest regulamin świadczonej usługi oraz ogólne stwierdzenia „Twoje potwierdzenie warunków zamówionej usługi znajdziesz po zalogowaniu się na www.orange.pl/mojorange”, w sytuacji, gdy strona, do której odsyła SMS nie spełnia wymogu niezmienności. Za zwolnienie z obowiązku wynikającego z art. 21. ust. 1 pkt 1 upk tj. potwierdzenia warunków zawarcia umowy na trwałym nośniku i przekazania informacji wskazanych w art. 12 ust. 1 upk nie można uznać przesłania przez Orange Polska po zawarciu umowy regulaminu usługi „Zabezpiecz Pesel” na adres e-mailowy abonenta. Zgodnie z art. 21 ust. 1 pkt 1 upk przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi potwierdzenie zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku. Potwierdzenie obejmuje informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1 upk, **chyba że przedsiębiorca dostarczył konsumentowi te informacje na trwałym nośniku przed zawarciem umowy.** Ww. regulamin przekazywany jest abonentom po zawarciu umowy.

W przypadku usługi „Zamów z Orange”, jak również własnych usług nietelekomunikacyjnych (do momentu ostatecznego wdrożenia funkcjonalności [*****]) we wskazywanych przez Spółkę w treści wiadomości SMS potwierdzeniach, które zamieszczone zostały po zalogowaniu się przez konsumenta w serwisie „Mój Orange” na stronie internetowej www.orange.pl/mojorange lub aplikacji mobilnej w formie pliku pdf, brak było wskazanego atrybutu niezmienności oraz możliwości utrwalenia oraz odtworzenia przekazywanych w nich informacji w niezminionej treści przez określony okres (tj. zawarcia umowy na ww. usługi). Abstrahując od powyższego atrybutu niezmienności treść wiadomości przekazanych przez Spółkę w toku postępowania (dot. usług „Gdzie jest dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”) może wskazywać, iż co najmniej do [*****] Spółka w ogóle nie informowała konsumentów o miejscu zamieszczenia ww. potwierdzeń (odsyłała do regulaminu danej usługi).

Na brak informacji po stronie konsumentów (nawet w przypadku otrzymania wiadomości SMS od Spółki) o usłudze „Zamów z Orange” np. świadczącym ją podmiocie, cechach jej świadczenia itp. oraz głównych cech świadczenia (przedmiotu) w przypadku własnych usług nietelekomunikacyjnych wskazała analiza sygnałów od konsumentów i reklamacji konsumentów przekazanych przez Orange Polska. Konsumenty nie wskazywali również na treść potwierdzeń zamieszczonych na stronie www.orange.pl/mojorange. Negatywne skutki praktyki w zakresie braku potwierdzenia zawarcia umowy na ww. usługę dodatkowo zwiększała możliwość uruchomienia przedmiotowych serwisów z wykorzystaniem karty SIM aktywnej w sieci Spółki znajdującej się w routerze (z przypisanym do Orange Polska



numerem telefonu) zapewniającej dostęp do Internetu mobilnego. Wówczas wiadomość SMS informująca o aktywacji płatnych serwisów (abstrahując w tym momencie od jej poprawności i spełnieniu wymagań wskazanych w upk) otrzymywana była na ww. router. W praktyce utrudniało to zapoznanie się konsumentów z jej treścią oraz pozyskanie informacji, iż potwierdzenie warunków zawarcia umowy zamieszczone zostało na stronie Spółki.

W ocenie Prezesa Urzędu nawet zamieszczenie przez Spółkę w treści ww. wiadomości SMS hiperlinku, który przekierowywałby wprost do strony internetowej przedsiębiorcy z potwierdzeniem warunków zamówionej usługi „Zamów z Orange” oraz usług niatelekomunikacyjnych oferowanych pod marką Orange np. w formie pliku pdf, nie spełniłoby wymogu trwałego nośnika wskazanego w ustawie o prawach konsumenta. W powyższym przypadku bowiem mamy do czynienia z odesłaniem do strony internetowej kontrolowanej przez Spółkę, która zamieszczając określone materiały na ww. stronie internetowej, chcąc spełnić wymóg trwałego nośnika, **nie może być uprawniona do ich usuwania w dowolnym momencie lub zastępowania innymi**. Zgodnie ze stanowiskiem Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej w sprawie Content Services Ltd przeciwko Bundesarbeitskammer *za trwały nośnik w rozumieniu art. 5 ust. 1 dyrektywy 97/7/WE nie może zostać uznana strona internetowa, w przypadku której zawarte na niej informacje są dostępne konsumentom wyłącznie za pośrednictwem linku przekazanego przez sprzedawcę*³⁰.

Jak zauważył Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej w sprawie BAWAG³¹ „(...) aby stroną internetową można było uznać za <<trwały nośnik>> w rozumieniu tego przepisu, należy wykluczyć możliwość wszelkiej jednostronnej zmiany jej treści przez dostawcę usług płatniczych lub innego przedsiębiorcę, któremu powierzy się zarządzanie tą stroną”. Pogląd taki należy uznać za aktualny także na gruncie przepisów upk.

Za spełnienie wymogu dotyczącego przekazania potwierdzeń warunków zawarcia umowy świadczenia umów na usługę „Zamów z Orange” nie można uznać również odesłania przez Spółkę do strony internetowej www.orange.pl/plac-z-orange, na której zamieszczone zostały ogólne wzorce umowne, w tym również m.in. potwierdzenie warunków usługi cyklicznej „Zamów z Orange” oraz potwierdzenie warunków usługi jednorazowego dostępu „Zamów z Orange” dostępne w formie pliku PDF do ściągnięcia.

Po pierwsze o trwałym nośniku można mówić dopiero w sytuacji, gdy dany materiał lub urządzenie będzie pozwalać na utrwalenie przekazanej informacji w niezmienionej treści przez odpowiedni okres i jej odtworzenie. Ww. potwierdzenia (w formie pliku pdf) zamieszczone zostały na stronie internetowej www.orange.pl kontrolowanej przez Spółkę, która uprawniona jest do ich zmiany (w analizowanym przypadku brak wskazanej powyżej funkcjonalności, która umożliwiłaby przekazane informacji w niezmienionej treści).

Ponadto analiza przez Prezesa Urzędu treści „potwierdzenia warunków” usługi jednorazowej dostępu oraz cyklicznej „Zamów z Orange” dostępnych na stronie www.orange.pl/plac-z-orange, wykazała, iż ww. potwierdzenia zarówno w przypadku usługi jednorazowej jak i cyklicznej mają charakter ogólny, opisujący usługę „Zamów z Orange”

³⁰ Wyr. w sprawie Content Services Ltd przeciwko Bundesarbeitskammer, C-49/11, ECLI:EU:C:2012:419, pkt 46.

³¹ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 25 stycznia 2017 r. w sprawie BAWAG PSK Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG przeciwko Verein für Konsumenteninformation, sygn. C-375/15, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=187125&pageIndex=0&doclang=PL&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=839941>.



(tj. nie mają charakteru spersonalizowanego i nie wskazują aktywowanej usługi lub treści cyfrowej).

Na gruncie ustalonego stanu faktycznego pozyskanie informacji o usługach wiązało się w tym przypadku również z koniecznością podjęcia dodatkowych czynności ze strony konsumenta takich jak wyszukanie przedmiotowego dokumentu na stronie internetowej www.orange.pl (na stronie dostępnych jest kilka różnych dokumentów np. regulamin usługi „Zamów z Orange”) i zapisanie np. na twardym dysku (abstrahując w tym momencie od treści ww. potwierdzeń oraz możliwości spełnienia przez nich funkcji trwałego nośnika).

Podsumowując, w ocenie Prezesa Urzędu uprawdopodobniono, że Spółka do 28 listopada 2020 r. nie przekazywała konsumentom potwierdzenia warunków zawarcia umowy świadczenia płatnych usług niefunkcyjnych: „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń dzieci w sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza”, „Zabezpiecz PESEL” oraz usługi „Zamów z Orange” na trwałym nośniku. W konsekwencji należy uznać za uprawdopodobnione, że opisane w pkt I.1.2. i I.1.3. rozstrzygnięcia decyzji praktyki Spółki naruszają art. 21 ust. 1 pkt 1 upk oraz art. 39 ust. 3 upk.

Uprawdopodobnienie sprzeczności z dobrymi obyczajami praktyki określonej w pkt I.1.4. rozstrzygnięcia decyzji

Kwalifikacja działania przedsiębiorcy jako nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 4 ust. 1 upnr wymaga wykazania zaistnienia dwóch przesłanek: sprzeczności z dobrymi obyczajami i istotnego zniekształcenia lub możliwości zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

W toku przeprowadzonego postępowania Prezes Urzędu ustalił, iż zachowanie Orange Polska polegające na udzielaniu niepełnych odpowiedzi na reklamacje konsumentów, którzy skorzystali z usługi „Zamów z Orange”, poprzez brak merytorycznego odniesienia się do zastrzeżeń konsumentów lub udzielanie niepełnej informacji o tej usłudze i okolicznościach jej świadczenia, co może utrudniać konsumentom prawidłowe korzystanie z tej usługi i dochodzenie roszczeń, mogło naruszyć art. 4 ust. 1 upnr.

Sprzeczność z dobrymi obyczajami

Zgodnie z art. 4 ust. 1 upnr stosowana przez przedsiębiorcę względem konsumentów praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Wskazane w art. 4 ust. 1 upnr pojęcie „dobrych obyczajów” stanowi klauzulę generalną podlegającą konkretyzacji na okoliczność określonego stanu faktycznego. Ustawodawca posługuje się konstrukcjami klauzul generalnych w celu uelastycznienia stosowania norm prawnych, aktualizacji instytucji prawnych bez konieczności każdorazowych zmian prawa, nadążania regulacji za zmianami społecznymi i gospodarczymi.

Zgodnie z poglądem reprezentowanym przez doktrynę i orzecznictwo klauzule generalne to przepisy, w których nie są dokładnie sprecyzowane wszystkie elementy składające się na hipotezę czy dyspozycję normy prawnej, a ocena konkretnego stanu faktycznego zostaje przerzucona na podmiot stosujący prawo. Istotą i funkcją klauzul generalnych



w prawie cywilnym jest więc możliwość uwzględnienia w ocenie różnego rodzaju okoliczności faktycznych, które nie mogą w oderwaniu od konkretnego stanu faktycznego być - według jakiegoś schematu mającego walor bezwzględny - oceniane raz na zawsze i w sposób jednakowy³². Każda klauzula generalna oznacza odwołanie do oceny podmiotu stosującego prawo oraz jego poczucia aksjologicznego, determinowanego obiektywnymi i subiektywnymi kryteriami, które powinny być uwidocznione w treści orzeczenia. Rozwinięcie i konkretyzacja tych ogólnych wskazań powinno dokonywać się w konkretnych sprawach - w uzasadnieniach wyroków, poprzez wskazanie czynników, dzięki którym przeprowadzono wnioskowanie o istnieniu naruszenia dobrych obyczajów, ponieważ nie jest dopuszczalne powoływanie się na tę klauzulę bez wskazania, w czym podmiot stosujący prawo upatrywał jej istnienia na tle konkretnej okoliczności. Dobre obyczaje odwołują się bowiem do obiektywnych wartości aksjologicznych powszechnie funkcjonujących i akceptowanych w społeczeństwie³³.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nie posiada definicji normatywnej pojęcia „dobrych obyczajów”. Jest ono natomiast przedmiotem licznych opracowań doktryny oraz orzecznictwa. Wskazuje się, że w ujęciu etyczno-moralnym dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje, na których treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne stanowiące uzupełnienie porządku prawnego. Na gruncie takiego ujęcia za sprzeczne z dobrymi obyczajami uznawane są m.in. działania wykorzystujące niewiedzę lub brak doświadczenia konsumenta, naruszające równorzędność stron umowy, zmierzające do dezinformacji i wywołania błędnego przekonania konsumenta, tj. takie działania, które potocznie określane są jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające „in minus” od standardów postępowania³⁴.

Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów wskazał, że „istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko rozumiany szacunek dla drugiego człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności”³⁵.

Za dobry obyczaj w analizowanej sprawie należy uznać obowiązek merytorycznego rozpatrzenia reklamacji i udzielenia przez Spółkę konsumentom składającym reklamacje istotnych informacji o świadczonej usłudze, w szczególności w przypadku nieuwzględnienia reklamacji. Takie działania wpisują się w wynikającą z dobrych obyczajów zasadę niewykorzystywania przewagi silniejszej strony umowy oraz lojalności wobec kontrahenta. Spółka jako podmiot trudniący się profesjonalnie świadczeniem usług telekomunikacyjnych oraz usług „dodatkových” takich jak np. usługa „Zamów z Orange”, posiada wiedzę na temat technologicznych i prawnych aspektów świadczenia ww. usług. W niniejszym stanie faktycznym dobry obyczaj obejmował więc będzie przekazywanie konsumentom najbardziej podstawowych (istotnych) informacji o świadczonej usłudze „Zamów z Orange” (nazwie usługi, podmiocie ją świadczącym, sposobie wyrażenia zgody na świadczenie usługi

³² Postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 29 marca 1979 r., III CRN 59/79

³³ M. Gutowski (red), Kodeks cywilny. Komentarz do art. 5 k.c., (wersja elektroniczna: wyd. 2 Legalis 2018)

³⁴ K. Pietrzykowski (red.), Kodeks cywilny. Komentarz, Warszawa 2002 r., str. 804

³⁵ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 lutego 2006 r., XVII Ama 118/04



i jej aktywację) i merytoryczne ustosunkowanie się do zastrzeżeń konsumentów w sytuacji wskazującej na brak zgody na płatność i nieświadomą aktywację płatnych treści. Dobry obyczaj obejmował będzie również niewykorzystywanie przewagi, którą posiada Spółka z uwagi na znajomość mechanizmów funkcjonowania świadczonych przez siebie usług.

W analizowanym kontekście należy mieć na uwadze ustawę o prawach konsumenta, która potwierdza ww. wykładnię. Zgodnie z art. 7a upk, jeżeli przepisy odrębne nie stanowią inaczej, przedsiębiorca jest obowiązany udzielić odpowiedzi na reklamację konsumenta w terminie 30 dni od dnia jej otrzymania. Powyższe oznacza również, iż odpowiedź na reklamację powinna zawierać określone informacje, tak by odpowiedź udzieloną przez przedsiębiorcę uznać można było za kompletną. W odpowiedzi na reklamację przedsiębiorca musi w sposób merytoryczny (pozytywnie lub negatywnie) ustosunkować się do zastrzeżeń i ewentualnych roszczeń konsumenta. Z odpowiedzi powinno wynikać, czy i w jakim zakresie przedsiębiorca uznaje zastrzeżenia i roszczenia konsumenta za uzasadnione. Nie można uznać za odpowiedź na reklamację - w rozumieniu art. 7a - wypowiedzi przedsiębiorcy, które nie odnoszą się merytorycznie do reklamacji złożonej przez konsumenta³⁶.

Mając na uwadze powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu nie można udzielanych w odpowiedziach na reklamację wyjaśnień uznać za wyczerpujące przekazanie konsumentowi istotnych informacji dotyczących świadczonej przez Orange Polska usługi i łączącego go ze Spółką stosunku zobowiązaniowego. Spółka w odpowiedziach na reklamacje przekazuje przede wszystkim informacje dotyczące treści cyfrowych (lub usług) podmiotów trzecich, za które płatność nastąpiła z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange”. Tymczasem z treści reklamacji konsumentów wynika, że nie mają oni wiedzy o samym mechanizmie „doliczania do rachunku”, w szczególności o sposobie „autoryzacji” płatności (udzielania zgody), która mogła mieć miejsce przez automatyczne sczytanie numeru (w tym również braku autoryzacji z wykorzystaniem kodu PIN, którego wymóg w przypadku każdej transakcji został wprowadzony przez Spółkę [*****]³⁷).

Z analizy treści odpowiedzi na reklamacje przekazane przez Spółkę w toku przedmiotowego postępowania wynika, iż pomimo wprowadzenia obowiązku autoryzacji w postaci kodu PIN ([*****]), Spółka nie informuje konsumentów o ww. obowiązku i sposobie autoryzacji w toku świadczenia usługi „Zamów z Orange”. Spółka nie odnosi się również do wskazywanych przez konsumentów okoliczności aktywacji np. możliwości wprowadzenia w błąd i nie weryfikuje czy aktywację określonego serwisu rzeczywiście poprzedzał wymóg autoryzacji w postaci kodu PIN. Część z reklamacji rozpatrywanych jest przez Spółkę negatywnie.

Konsumenci w treści reklamacji wprost wskazywali na brak świadomości faktu i okoliczności aktywacji serwisów, za które opłaty doliczano im do rachunku, ale również **samych zasad świadczenia przez Orange Polska usługi „Zamów z Orange”** (np. *okazało się że jest to aktywowane za zgodą ORANGE poprzez kliknięcie w jakąś reklamę*, por. str. 20 Decyzji).

³⁶ T. Czech [w:] Prawa konsumenta. Komentarz, wyd. II, Warszawa 2020, art. 7(a), dostęp: LEX.

³⁷ W ocenie Prezesa Urzędu za niedopuszczalną należy uznać praktykę Spółki stosowaną w okresie [*****] polegającą na stosowaniu rozwiązań skutkujących automatycznym sczytaniem numeru MSISDN abonenta przy braku jakichkolwiek dodatkowych czynności autoryzacyjnych ze strony abonenta takich jak np. wpisanie otrzymanego kodu PIN. Omawiana praktyka została przez Spółkę zaniechana po skierowaniu wystąpienia miękkiego z dnia 4.04.2019 r. tj. przed wszczęciem postępowania wyjaśniającego o sygn. DOZIK-8.405.2.2019.MO ([*****]). Ww. okoliczność wpłynęła na decyzję o niepodjęciu przez Prezesa Urzędu dalszych działań w sprawie w powyższym zakresie.



Spółka w odpowiedziach na reklamacje konsumentów odsyła również do zewnętrznych podmiotów (dostawców), którzy ponoszą odpowiedzialność m.in. z tytułu wad zamówionego produktu (w sytuacji braku okoliczności wynikłych z winy Spółki).

W ocenie Prezesa Urzędu powyższe odpowiedzi uznać należy za nieprawidłowe, gdyż zgłaszane przez konsumentów nieprawidłowości dotyczą okoliczności związanych ze sposobem udzielenia zgody na dodatkową płatność (brak wiedzy dotyczącej okoliczności aktywacji) za uzyskanie dostępu do usług (treści cyfrowych) podmiotów trzecich. Ww. nieprawidłowości dotyczą bezpośrednio świadczonej na rzecz abonentów usługi „Zamów z Orange” oraz funkcjonującego w jej ramach „narzędzia dostępu”. Odpowiedzi Spółki na reklamacje zgłaszane przez konsumentów mogą sugerować, iż odpowiedzialność za ww. usługę ponoszą podmioty trzecie (tj. kontrahenci Orange Polska), co nie jest prawdą.

W odpowiedziach na reklamacje Spółka informowała, iż nie ponosi odpowiedzialności za wskazane przez konsumentów nieprawidłowości, a jej rola ogranicza się jedynie do pośredniczenia i doliczania do faktury płatności za usługi innych dostawców (podmiotów trzecich) *np. jako operator, doliczyliśmy do faktury płatność za usługi* (por. str. 48 Decyzji). Większość odpowiedzi na reklamacje ograniczało się do ogólnego stwierdzenia, iż reklamowana przez abonenta opłata naliczona została prawidłowo wraz ze wskazaniem nazwy aktywowanego serwisu *np. o 02:16 zarejestrowaliśmy informację o zakupie elektronicznym subskrypcji VIDIX.mobi tydzień w cyklicznej cenie 8,75 zł na numerze (...)*. Spółka informowała, iż nie jest dostawcą przedmiotowych serwisów, a w związku z powyższym ewentualne skargi na nieprawidłowości należy kierować bezpośrednio do ich dostawców (*np. wszelkie roszczenia względem produktu i odpłatności związane z usługami zamawianymi u zewnętrznych Dostawców prosimy kierować do podmiotu, z usług którego Pan korzystał*). Ponadto nie we wszystkich odpowiedziach na reklamacje konsumentów Spółka informowała o możliwości założenia blokady na usługi elektroniczne.

Wskazać należy, iż zgodnie z przeprowadzoną przez Prezesa Urzędu analizą oraz informacjami zawartymi we wzorcach umownych usługę „Zamów z Orange” świadczy **we własnym imieniu** Spółka na rzecz swoich abonentów. Względem nich odpowiedzialność za prawidłowe funkcjonowanie narzędzia dostępu, które umożliwia uzyskanie dostępu do usługi (treści cyfrowej) podmiotów trzecich w ramach ww. usługi ponosi Spółka (por. str. 31-32 Decyzji). Wobec powyższego za nieprawidłowe należy uznać twierdzenia Spółki, która w odpowiedziach na reklamacje konsumentów odsyła do podmiotów trzecich jako dostawców usług lub treści cyfrowych i wskazuje, iż są to podmioty właściwe do rozpatrywania reklamacji abonentów. Ww. podmioty trzecie ponoszą odpowiedzialność za ewentualne wady zamówionych treści cyfrowych (lub usług), zaś reklamacje kierowane do Spółki dotyczą możliwości nieświadomej aktywacji ww. usług (lub treści cyfrowych), do których dostęp umożliwia świadczona przez Spółkę usługa „Zamów z Orange” jak również braku wiedzy o podstawie doliczenia ww. opłat do rachunku z wykorzystaniem świadczonej przez Spółkę usługi. Za prawidłowość funkcjonowania i świadczenie usługi „Zamów z Orange” odpowiedzialność ponosi Spółka (nie zaś wskazane w odpowiedziach na reklamacje podmioty trzecie). **Orange Polska jest więc podmiotem właściwym do merytorycznego rozpatrzenia reklamacji kierowanych przez abonentów.** Spółka z uwagi na odpowiedzialność z tytułu świadczonej usługi powinna odnieść się również do zgłaszanych przez konsumentów nieprawidłowości oraz udzielić pełnej informacji o usłudze „Zamów z Orange”, okolicznościach i zasadach jej świadczenia (w tym również możliwości założenia blokady na usługi elektroniczne).

Wskazać należy, iż bez znaczenia dla obowiązku Spółki dotyczącego rozpatrzenia



ww. reklamacji pozostają zasady odpowiedzialności przewidziane pomiędzy Spółką i jej kontrahentami oraz odpowiedzialność podmiotu trzeciego tj. dostawcy usługi (treści cyfrowych) względem abonenta Spółki (por. str. 31-32 Decyzji).

W odpowiedziach na reklamacje jedynie w nielicznych przypadkach Spółka odnosiła się do okoliczności wskazanych przez konsumentów (możliwości wprowadzenia w błąd, braku świadomości ze strony konsumenta o aktywacji serwisu) oraz opisywała potencjalny przebieg ścieżki aktywacji danego serwisu. Spółka nie wskazywała przy tym na zasady świadczenia usługi „Zamów z Orange” (w tym jej nazwę, regulamin, podmiot odpowiedzialny za jej świadczenie) oraz nie informowała o możliwości automatycznego sczytania numeru MSISDN (telefonu) abonenta przez Spółkę.

Powyższe jest szczególnie istotne w kontekście sposobu aktywowania usług lub treści cyfrowych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” [*****]. W przypadku korzystania przez abonenta z urządzenia wyposażonego w aktywną kartę SIM w sieci Orange Polska z włączoną transmisją danych za pośrednictwem sieci telekomunikacyjnej Spółki numer telefonu konsumenta (MSISDN) sczytywany był na platformie automatycznie. W powyższym przypadku celem skorzystania z usługi dostępu nie było konieczne wpisywanie numery telefonu (MSISDN) na platformie. Wykluczało to również konieczność podejmowania przez konsumenta dodatkowych czynności jak np. wpisanie kodu PIN czy odpowiedzi na zapytanie kontrolne³⁸. W konsekwencji, co potwierdziły również sygnały napływające do Urzędu, konsumenci mogli w ogóle nie mieć świadomości, dlaczego i na jakich zasadach doliczono do ich rachunku płatności za usługi (lub treści cyfrowe) podmiotów trzecich. Informacji takich nie dostarczały jednak również odpowiedzi na reklamacje udzielone przez Spółkę.

Spółka w odpowiedziach na reklamacje w większości przypadków nie informowała też konsumentów o regulaminie usługi. Abstrahując od powyższego, zauważyć należy, iż wspomniany dokument (w wersji z dnia 18 kwietnia 2018 r.) zawierał tylko ogólne informacje na temat podstaw i zasad świadczenia przez Spółkę przedmiotowej usługi. Przedmiotowy wzorzec z uwagi na rozwiązania techniczne, które przewidywała Spółka w toku świadczonej usługi (możliwość sczytania numeru telefonu) oraz specyficzne zawarte w nim zwroty (np. numer MSISDN, platforma), mógł być również trudny w odbiorze dla przeciętnego konsumenta.

Podkreślić należy również, iż identyfikacja usługi „Zamów z Orange” oraz okoliczności aktywacji za jej pośrednictwem usług (treści cyfrowych) podmiotów trzecich może być utrudniona dla konsumentów z uwagi na fakt, iż w stosowanych przez Spółkę umowach dotyczących usług telekomunikacyjnych brak postanowień stanowiących o realizacji ww. usługi przez Orange Polska na rzecz swoich abonentów.

Informacje udzielane konsumentom w odpowiedziach na reklamacje są również istotne ze względu na nieprzekazywanie konsumentom potwierdzenia zawarcia umowy na usługę „Zamów z Orange” na trwałym nośniku (do daty wdrożenia funkcjonalności [*****]). W konsekwencji odpowiedź na reklamację może być dla konsumenta jedynym źródłem informacji na temat usługi „Zamów z Orange” i zasad jej świadczenia.

³⁸ Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki [*****] ścieżka aktywacji serwisów z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” wymaga każdorazowo wprowadzenia jednorazowego kodu PIN, który jest przesyłany na numer telefonu abonenta (por. str. 35-36 Decyzji).



Uprawdopodobnienie istotnego zniekształcenia zachowań rynkowych przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawarcia lub po jej zawarciu w kontekście praktyki określonej w pkt I.1.4 rozstrzygnięcia decyzji

Zgodnie z przywołanym art. 4 ust. 1 upnpr praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Nie każde zachowanie rynkowe przedsiębiorcy wobec konsumenta sprzeczne z dobrymi obyczajami może być więc zakwalifikowane jako nieuczciwe w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Takie zachowanie musi dodatkowo istotnie zniekształcać bądź móc zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawarcia lub po jej zawarciu.

W ocenie Prezesa Urzędu praktyka Przedsiębiorcy mogła zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciem umowy o usługę jednorazowego lub cyklicznego „Zamów z Orange” poprzez utrudnienie mu identyfikacji podmiotu odpowiedzialnego za realizację ww. usługi (Orange Polska), jej nazwy oraz zasad świadczenia, w tym sposobu „autoryzacji” płatności. Brak świadomości co do sposobu i okoliczności świadczenia usługi „Zamów z Orange”, która umożliwia doliczenie płatności za usługi lub treści cyfrowe podmiotów trzecich, może generować po ich stronie trudności związane z weryfikacją prawidłowości obciążenia ich opłatami a w konsekwencji utrudniać im dochodzenie ewentualnych roszczeń w tym zakresie.

Mając na uwadze przeanalizowany materiał dowodowy należy zauważyć, że konsumenci mogli nie mieć świadomości, jaka usługa lub treść cyfrowa podmiotu trzeciego została im aktywowana, w szczególności, jeśli na etapie aktywacji ww. treści doszło do wprowadzenia konsumentów w błąd (np. do aktywacji treści doszło z wykorzystaniem linku w reklamie) oraz faktu, iż aktywacja nastąpiła z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange”. Weryfikacja, czy dana usługa lub treść cyfrowa aktywowana została z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” (w tym wyrażenie przez konsumenta zgody na jej aktywację) uzależniona jest znajomości zasad jej świadczenia. Brak świadomości co do zasad świadczenia ww. usługi, przewidzianych w jej ramach sposobów autoryzacji płatności oraz podmiotu odpowiedzialnego za jej świadczenie mogło spowodować utrudnienie weryfikacji prawidłowości naliczenia przez Orange Polska opłaty oraz spowodować trudności w ewentualnym dochodzeniu roszczeń w sytuacji wystąpienia nieprawidłowości.

Spółka poprzez brak informowania abonentów o możliwości blokady przedmiotowej usługi (określanej jako blokada usług elektronicznych firm zewnętrznych) mogła również uniemożliwić konsumentom wyłączenie aktywowanych usług o charakterze subskrypcji i w efekcie podjęcia dalszych działań ograniczających koszty. Brak świadomości co do powyższego może generować w efekcie po ich stronie trudności w prawidłowym korzystaniu z usługi i dochodzenia ewentualnych roszczeń w tym zakresie.

Mając na uwadze powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu uprawdopodobniono, że zachowanie Spółki wskazane w pkt I.1.4 rozstrzygnięcia decyzji stało w sprzeczności z dobrymi obyczajami i mogło w istotny sposób zniekształcić zachowania rynkowe dotkniętych nimi konsumentów. W konsekwencji należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt I.1.4. rozstrzygnięcia decyzji praktyka Spółki naruszała art. 4 ust. 1 upnpr.



Uprawdopodobnienie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów

Nie ulega wątpliwości, że działanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowe interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Dla stwierdzenia godzenia w zbiorowe interesy konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne zachowanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Oznacza to, że na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przedmiotem ochrony nie jest indywidualny interes konsumenta ani suma interesów indywidualnych konsumentów, lecz interes zbiorowy.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę za zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązanie jest z naruszeniem ich interesów gospodarczych. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów *stricte* ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również naruszenie prawa konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych (naruszenie o charakterze pozaekonomicznym).

W niniejszej sprawie działania Spółki nie dotyczyły interesów poszczególnych osób, lecz szerokiego kręgu konsumentów, których sytuacja w grupie abonentów, którzy zawarli umowy i korzystali z usług świadczonych przez Spółkę (usługi „Zamów z Orange” oraz płatnych usług niefunkcyjnych) była analogiczna, wobec czego nie ulega wątpliwości, że miała charakter zbiorowy. Co istotne, skutkami wymienionych praktyk mogli być potencjalnie dotknięci wszyscy konsumenci uczestniczący w obrocie na rynku telekomunikacyjnym: zarówno dotychczasowi klienci Orange Polska, jak i przyszli, dopiero zamierzający zawrzeć umowę ze Spółką. Oferta Przedsiębiorcy nie była ograniczona do konkretnej, wąskiej grupy konsumentów. Możliwość skorzystania z usługi „Zamów z Orange”, która umożliwia doliczenie opłaty za usługi lub treści cyfrowe podmiotów trzecich, oraz płatnych usług niefunkcyjnych świadczonych przez Spółkę adresowana były do potencjalnie nieograniczonej, nieokreślonej grupy adresatów.

Kwestionowane praktyki Przedsiębiorcy mogły przy tym godzić w zbiorowe interesy konsumentów, naruszając zarówno ich ekonomiczne jak i pozaekonomiczne aspekty.

Praktyka wskazana w pkt I.1.1. rozstrzygnięcia decyzji w zakresie naruszenia interesów ekonomicznych poprzez niezapewnienie przez Spółkę jasnej i czytelnej procedury, która skutkuje złożeniem przez konsumentów zamówienia z obowiązkiem zapłaty mogła narazić konsumentów na obciążenie dodatkowymi opłatami, a w konsekwencji pozbawić ich prawa do możliwości swobodnego, świadomego wyrażenia zgody na zawarcie umowy ze Spółką i złożenia zamówienia. Brak jasnej i czytelnej procedury zamówienia mógł narazić konsumentów, którzy nieświadomie (z wykorzystaniem przycisku „OK”) wyrazili zgodę i aktywowali płatne treści oraz nie dezaktywowali ww. usług w okresie bezpłatnym na dalsze ponoszenie kosztów związanych z korzystaniem z ww. usług o charakterze subskrypcji (opłata za ww. usługi pobierana jest cyklicznie, co miesiąc).

Zachowanie Spółki mogło również godzić w interesy o charakterze niemajątkowym konsumentów poprzez uniemożliwienie konsumentom uczestniczenia w rynku jako słabszej stronie stosunku zobowiązaniowego na jasnych i przejrzystych zasadach. Konsumenci pozbawieni zostali rzetelnej i czytelnej procedury zawierania umowy w sposób, który



umożliwiłoby świadome wyrażenie zgody na zawarcie takiej umowy i potwierdzenie obowiązku dokonania zapłaty na rzecz Spółki. W konsekwencji często w ogóle nie mieli świadomości, jak doszło do aktywacji usługi, co utrudniało im kwestionowanie prawidłowości naliczanych opłat.

Z kolei praktyki wskazane w pkt I.1.2 i I.1.3 rozstrzygnięcia decyzji w odniesieniu do interesów pozaekonomicznych konsumentów mogły naruszać prawo do otrzymywania przez konsumentów podstawowych informacji o usługach i warunkach ich świadczenia przez Spółkę na podstawie obowiązujących wzorców umownych (tj. usługi „Zamów z Orange” oraz płatnych usług niefunkcyjnych). Niepotwierdzenie przez Spółkę zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku mogło skutkować pozbawieniem konsumentów możliwości swobodnego i dokładnego zapoznania się z treścią zawartych umów w warunkach zaufania do kontrahenta, podważając jednocześnie zaufanie konsumentów do przedsiębiorcy telekomunikacyjnego.

Jeśli chodzi o interesy o charakterze ekonomicznym, ww. działania mogły uniemożliwić konsumentom skuteczne dochodzenie i egzekwowanie swoich roszczeń, na co wpływał brak ww. informacji dotyczących podmiotu odpowiedzialnego za świadczenie usługi „Zamów z Orange”, zasad jej świadczenia, sposobu naliczenia opłat oraz głównych cech świadczenia (przedmiotu) w przypadku własnych usług niefunkcyjnych przekazanych na trwałym nośniku.

Z kolei praktyka wskazana w pkt I.1.4 rozstrzygnięcia decyzji w odniesieniu do interesów pozaekonomicznych konsumentów poprzez brak merytorycznego odniesienia się przez Spółkę do wskazywanych przez abonentów w reklamacjach nieprawidłowości oraz udzielanie niepełnych informacji dotyczących świadczonej usługi i okolicznościach jej świadczenia mogła zmierzać do pozbawienia konsumentów podstawowych informacji o świadczonej na ich rzecz usłudze i okolicznościach w jakich doszło do naliczenia dodatkowych opłat za usługi lub treści cyfrowe podmiotów trzecich.

Jeśli chodzi o interesy o charakterze ekonomicznym, ww. działanie mogło uniemożliwić konsumentom skuteczne dochodzenie i egzekwowanie swoich roszczeń, na co wpływał brak rzetelnych informacji dotyczących świadczonej przez Spółkę usługi oraz okoliczności jej świadczenia (w tym możliwości automatycznego sczytania numeru MSISDN przez Orange Polska³⁹). Konsumentom pozbawieni zostali tym samym możliwości weryfikacji prawidłowości naliczonej opłaty, zminimalizowania kosztów świadczonej usługi oraz skutecznego dochodzenia roszczeń. W przypadku, gdy w sprawie wskazanej przez konsumenta doszłoby np. do nieprawidłowości związanych ze sposobem naliczenia opłat za usługi lub treści cyfrowe podmiotów trzecich z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” (w tym funkcjonującego w jej ramach tzw. „narzędzia dostępu”), za co odpowiedzialność ponosi Spółka, brak informacji o tożsamości podmiotu świadczącego ww. usługę abonentom (lub wskazanie dostawcy treści cyfrowej, który nie jest podmiotem faktycznie odpowiedzialnym za świadczenie usługi), pozbawia konsumenta możliwości wyegzekwowania swoich roszczeń. Wskazywanie przez Spółkę w treści odpowiedzi na reklamację jedynie danych dostawcy usługi lub treści cyfrowej (odpowiedzialnego za wady zakupionego „produktu”) może spowodować, iż w konsekwencji takiego działania abonenci mogą bądź nie decydować się na dochodzenie roszczeń związanych ze świadczeniem przez Orange Polski

³⁹ Praktyka została przez Spółkę zaniechana po skierowaniu wystąpienia miękkiego z dnia 4.04.2019 r. z uwagi na wprowadzenie obowiązkowej autoryzacji w postaci kodu PIN. Ww. okoliczność wpłynęła na decyzję o niepodjęciu przez Prezesa Urzędu dalszych działań w sprawie w powyższym zakresie.



usług „Zamów z Orange” w przekonaniu, że podmiotem odpowiedzialnym za świadczenia powyższej usługi jest bliżej nieokreślony podmiot trzeci lub błędnie skierować do niego roszczenie w sytuacji, gdy odpowiedzialność za występujące nieprawidłowości ponosiła Spółka (np. nieprawidłowe naliczenie opłaty).

Uznać należy, że uprawdopodobniono godzenie przez praktyki Spółki określone w pkt I.1.1.-I.1.4 rozstrzygnięcia decyzji w zbiorowe interesy konsumentów.

Mając na uwadze powyższą analizę, przyjąć należy, że uprawdopodobniono, że Orange Polska stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów opisane w pkt I.1.1.-I.1.4 rozstrzygnięcia decyzji.

Nałożenie obowiązku wykonania zobowiązań oraz określenie terminu wykonania zobowiązań (pkt I rozstrzygnięcia decyzji)

Zgodnie z art. 28 ust. 1 uokik jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione, że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 uokik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może w drodze decyzji zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań.

W świetle dokonanych ustaleń i informacji przekazanych przez Spółkę wynika, iż Orange Polska zaniechała stosowania zakwestionowanych w pkt I.1.2-I.1.3 praktyk. Praktyki, o których mowa w ww. punktach zostały zaniechane z dniem 28 listopada 2020 r. tj. z datą wdrożenia funkcjonalności [*****]. Praktyki Spółki wskazane w pkt I.1.1. oraz I.1.4. rozstrzygnięcia decyzji na dzień wydania rozstrzygnięcia nie zostały zaniechane przez Orange Polska. Kwestionowane w niniejszym postępowaniu praktyki wywołały również naruszenie interesów konsumentów, których skutki nie zostały do dziś w całości usunięte.

Prezes Urzędu nałożył na Orange Polska obowiązek wykonania zobowiązania zgodnie z pkt I.2.1-I.2.10. rozstrzygnięcia decyzji. Prezes Urzędu uznał za zasadne przyjęcie zobowiązania w przedstawionym w rozstrzygnięciu kształcie. Treść zobowiązania jest jednoznaczna i precyzyjna oraz umożliwia skontrolowanie jego wykonania. W ocenie Prezesa Urzędu zobowiązanie w powyższym kształcie spełnia cel wydania decyzji zobowiązującej, którym jest zapewnienie odpowiedniego poziomu ochrony interesów ogółu konsumentów.

Złożone przez Spółkę zobowiązanie obejmuje zaniechanie kwestionowanej w pkt I.1.1. rozstrzygnięcia praktyki na przyszłość poprzez wprowadzenie zmian w sposobie uruchomienia płatnych usług nietelekomunikacyjnych. W tym celu Spółka zobowiązała się do niewykorzystywania kanału aktywacji polegającego na przesyłaniu konsumentom powiadomienia (komunikatu) tzw. SMS flash otrzymanego na numer telefonu w procesie aktywacji ww. usług.

Wobec zaniechania przez Orange uprawdopodobnionych niniejszą decyzją praktyk wskazanych w pkt I.1.2.-I.1.3 rozstrzygnięcia, wykonanie zobowiązania w powyższych punktach wiązać się będzie z zabezpieczeniem przed naruszeniem przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów w przyszłości. Spółka przekazywać będzie



potwierdzenia zawarcia umów na trwałym nośniku za pomocą już wdrożonych rozwiązań, które mają na celu wyeliminowanie ryzyka wystąpienia ww. zachowań w przyszłości. Wdrożona przez Spółkę funkcjonalność [*****] umożliwiająca przekazywanie potwierdzeń zawarcia umowy na trwałym nośniku zgodnie z treścią zobowiązania dotyczyć będzie również innych usług niefunkcyjnych oferowanych przez Spółkę w przyszłości.

Zgodnie z treścią pkt I.2.3. rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, Spółka zobowiązana została również do przyjęcia specjalnej procedury monitorowania i eliminacji nieprawidłowości, która umożliwi monitorowanie liczby otrzymywanych reklamacji dotyczących usług niefunkcyjnych oraz usług i treści cyfrowych aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” (ogółem oraz dotyczących konkretnych serwisów). Ww. procedura (przyjęty znacznik kodowania oraz system raportowania) umożliwi Spółce skuteczne wyszukiwanie sygnałów i identyfikację nieprawidłowości w reklamacjach po nazwie konkretnego serwisu/ usługi (np. usługi „Chronić dzieci w sieci”). Spółka zobowiązana została do podjęcia szeregu działań w przypadku pojawienia się nieprawidłowości w świadczeniu usług, mających na celu m.in. korektę poniesionych opłat, zmianę warunków współpracy z kontrahentem oraz wypowiedzenie zawartych umów. Na podstawie danych zawartych w raportach, Spółka będzie podejmować określone działania wiążące się m.in. z dokonywaniem ponownej weryfikacji treści losowo wybranych reklamacji konsumentów oraz udzielonych odpowiedzi na takie reklamacje.

Możliwość efektywnego zwalczania nieprawidłowości zapewni również zobowiązanie Spółki do zablokowanie możliwości aktywacji usług lub treści cyfrowych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” w czasie nie dłuższym niż 24 godziny (dni robocze), w przypadku stwierdzenia, że w sprawie mogło dojść do oszustwa, wprowadzenia w błąd na etapie aktywacji usługi lub nieprawidłowości nie są możliwe do natychmiastowego wyeliminowania. Ponadto w sytuacji stwierdzenia w trakcie postępowania reklamacyjnego, że do wprowadzenia w błąd doszło na etapie aktywacji serwisu, Orange Polska zobowiązana została do pozytywnego rozpatrywania reklamacji konsumentów i dokonywania zwrotu kwestionowanych opłat. Spółka poprzez wprowadzenie konsumenta w błąd rozumie w szczególności sytuację aktywacji danego serwisu bez świadomej zgody abonenta lub też w wyniku działania albo zaniechania Orange (lub jej kontrahenta), które skutkowało wprowadzeniem w błąd co do ceny. Za wprowadzenie w błąd na etapie aktywacji uważana jest również aktywacja usług niefunkcyjnych z wykorzystaniem powiadomienia (komunikatu) przesyłanego na numer MSISDN konsumenta.

Zaniechanie stosowania zakwestionowanej w pkt I.1.4 rozstrzygnięcia praktyki będzie polegało na zobowiązaniu Orange do zmiany standardów reklamacyjnych (powstanie dedykowany zespół doradców) oraz sposobu udzielania odpowiedzi na reklamacje dotyczące usług lub treści cyfrowych aktywowanych z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange”. Spółka zobowiązana została do przekazywania określonych informacji umożliwiających konsumentom identyfikację świadczonej przez Orange usługi oraz aktywowanych z jej wykorzystaniem treści (m.in. nazwę, dostawcę, charakter, sposób aktywacji i dezaktywacji). Orange każdorazowo informować będzie, iż określony serwis zakupiony została z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange” wraz ze wskazaniem podmiotu, który świadczy ww. usługę konsumentom (tj. Spółka) oraz możliwości i sposobu dokonania jej blokady.

W ocenie Prezesa Urzędu przewidziane w ramach powyższego zobowiązania działania



Spółki, określone w pkt. 1.2.1-1.2.7 rozstrzygnięcia decyzji pozostają w bezpośrednim związku z uprawdopodobnionymi przez Prezesa Urzędu praktykami oraz poruszonymi w toku przedmiotowego postępowania zagadnieniami. Środki te będą służyły zabezpieczeniu przed naruszeniem zbiorowych interesów konsumentów w przyszłości.

Odnosząc się do przysporzenia zaproponowanego przez Spółkę (pkt.1.2.8-1.2.9 rozstrzygnięcia decyzji) w celu usunięcia skutków praktyk, wskazać należy, iż objęto ono aktualnych oraz byłych abonentów Spółki tj. konsumentów, którzy byli stroną umowy, na podstawie której Spółka naliczyła opłaty z tytułu aktywacji co najmniej jednej z usług niatelekomunikacyjnych „Gdzie jest Dziecko”, „Chroń Dzieci w Sieci”, „Nawigacja Orange”, „CyberTarcza” oraz „Zabezpiecz PESEL” lub/i aktywacji co najmniej jednej usługi lub treści cyfrowej z wykorzystaniem usługi „Zamów z Orange”. W stosunku do obecnych abonentów Spółki ww. rekompensata obejmie zarówno abonentów, którzy wciąż są stroną umów, na podstawie których Spółka naliczyła ww. opłaty, jak również konsumentów (będących byłymi abonentami Spółki z tytułu ww. umów) posiadających obecnie inne usługi w sieci Orange. Status konsumentów określony zostanie na dzień roboczy następujący po dniu uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu.

Forma rekompensaty zaproponowana przez Spółkę dostosowana została do statusu abonenta Spółki (aktualny/były). W przypadku aktualnych abonentów rekompensata w zależności od decyzji abonenta zostanie przyznana poprzez pomniejszenie bieżącego salda płatności na koncie lub nadpłatę na koncie konsumenta i pomniejszenie pieniężnych zobowiązań uprawnionego abonenta względem Spółki z tytułu świadczonych usług w ramach zawartej umowy (aż do wyczerpania kwoty rekompensaty) w kolejnych miesiącach rozliczeniowych następujących po miesiącu, w którym nastąpiło przyznanie rekompensaty, w przypadku, gdy na dzień wypłaty rekompensaty ww. kwota przewyższa bieżące saldo płatności na koncie (pkt. 1.2.8.B.1) rozstrzygnięcia niniejszej decyzji albo zwrot przyznanej kwoty rekompensaty na rachunek bankowy lub przekazem pocztowym na adres uprawnionego abonenta (pkt. 1.2.7.B.2) rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

W przypadku byłych abonentów Spółki rekompensata zostanie udzielona poprzez przelew na wskazany przez uprawnionego konsumenta numer konta bankowego lub przekaz pocztowy na wskazany przez uprawnionego abonenta adres, wg. wyboru konsumenta.

Zgodnie z treścią zobowiązania Spółka poinformuje abonentów o możliwości, sposobie oraz terminie wyboru formy rekompensaty poprzez wysłanie wiadomości SMS pod numer abonenta znajdujący się w bazie Spółki (w przypadku aktualnych abonentów) lub drogą listowną (listem zwykłym) na adresy pocztowe znajdujące się w bazie Spółki (w przypadku byłych abonentów).

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Spółkę, termin 2-miesięczny liczony od dnia uprawomocnienia się decyzji na poinformowanie byłych konsumentów, o których mowa w pkt 1.2.9.A zobowiązania, o możliwości, sposobie oraz terminie wyboru formy rekompensaty wskazanej w pkt 1.2.9.B rozstrzygnięcia decyzji jest terminem, w którym zakończony zostanie proces doręczenia korespondencji byłym abonentom.

W ww. przypadkach termin na poinformowanie Spółki o wyborze formy rekompensaty wyniesie co najmniej 14 dni kalendarzowych od daty otrzymania przez konsumenta wiadomości SMS lub pisma. Spółka wyśle pisma do byłych abonentów z na tyle dużym wyprzedzeniem, aby nawet w sytuacji ewentualnych opóźnień w doręczeniu dysponowali oni odpowiednim czasem na złożenie oświadczenia dotyczącego rekompensaty. Mając



na uwadze, iż zgodnie z treścią zaproponowanego zobowiązania wysyłka korespondencji przez Spółkę do byłych abonentów odbywać się będzie z wykorzystaniem listów zwykłych, końcowy termin na zgłoszenie się przez konsumenta po rekompensatę wskazywany w ww. listach skierowanych do uprawnionych abonentów jest terminem co najmniej 1-miesięcznym liczoną od dnia wysyłki pisma przez Spółkę (tj. 14 dni na doręczenie listów przez Orange Polska i co najmniej 14 dni na zgłoszenie się przez uprawnionego konsumenta).

W celu dochowania terminu konsument będzie mógł poinformować Spółkę (telefonicznie lub za pośrednictwem formularza) o swoim wyborze.

Ww. formularz zostanie zamieszczony przez Spółkę na dedykowanej podstronie Orange, do której będzie prowadził link zamieszczony w wiadomości SMS otrzymanej przez obecnych abonentów. Link do podstrony zawierającej formularz wskazany zostanie również w korespondencji listownej (byli abonenci). Weryfikacja przez Spółkę, czy konsument jest uprawniony do otrzymania rekompensaty oraz jego status (były/obecny abonent) dokonywana będzie na etapie wypełniania formularza lub podczas rozmowy telefonicznej (Biuro Obsługi klienta). W przypadku obecnych abonentów Spółki, którzy nie prześlą informacji o wyborze jednej z form rekompensaty lub danych niezbędnych do jej przekazania w terminie 14 dni, w sposób wskazany w pkt I.2.8.D.b) i c) rozstrzygnięcia, przyznana będzie rekompensata poprzez pomniejszenie bieżącego salda płatności na koncie lub nadpłatę na koncie zgodnie z pkt I.2.8.D.d) rozstrzygnięcia.

Zarówno w przypadku obecnych jak i byłych abonentów, Spółka za pomocą wiadomości SMS wysłanej pod numer konsumenta potwierdzi informacje o przyznaniu rekompensaty i jej kwocie. Ww. potwierdzenia dokonane zostaną przez Orange Polska w dniu przelewu środków lub polecenia przekazu pocztowego.

W ocenie Prezesa Urzędu, zobowiązanie wskazane w pkt I.2.8.-I.2.9. rozstrzygnięcia decyzji zapewni przysporzenie dla ogółu konsumentów dotkniętych działaniem przedsiębiorcy i usunie doznany przez konsumentów uszczerbek w ich interesach o wymiarze majątkowym.

Treść zobowiązania w pkt I.2.8.-I.2.9. rozstrzygnięcia decyzji pozostaje również w bezpośrednim związku z praktykami Spółki będącymi przedmiotem postępowania. Ponadto w ocenie Prezesa Urzędu, wypełnienie przez Spółkę zobowiązania w powyższym zakresie pozwoli na osiągnięcie głównych celów decyzji zobowiązującej, a mianowicie możliwie szybkiego i efektywnego załatwienia sprawy dla dobra interesu publicznego.

Art. 28 ust. 2 uokik stanowi, że w decyzji nakładającej obowiązek wykonania określonych zobowiązań Prezes Urzędu może określić termin wykonania zobowiązań.

Terminem na wykonanie przez Spółkę zobowiązań o których mowa w pkt I.2.1.-I.2.6 jest termin 1-miesięczny liczony od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Terminem wykonania zobowiązania, o którym mowa w pkt I.2.8, tj. terminem przekazania rekompensaty dla abonentów Spółki jest termin 4-miesięczny liczony od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zaś zobowiązania, o którym mowa w pkt I.2.9, tj. terminem przekazania rekompensaty dla byłych abonentów Spółki jest termin 5-miesięczny liczony od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.



W pkt I.2.10 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Orange również zobowiązanie do poinformowania na swojej stronie internetowej o wydanej decyzji, określając w ww. punkcie termin i zasady jego wykonania (tj. termin 2-tygodniowy liczony od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów). Oświadczenie zamieszczone na głównej stronie internetowej oraz informacje na dedykowanej podstronie mają za zadanie poinformować konsumentów o wydaniu i treści decyzji oraz wskazać, jakie działanie zostało zakwestionowane przez Prezesa Urzędu.

W ocenie Prezesa Urzędu, nałożony na Spółkę ww. obowiązek zmierza do przekazania możliwie najszerszemu kręgowi odbiorców (konsumentów - również tych niebędących abonentami Spółki, jak i innych profesjonalnych uczestników rynku) informacji o praktykach stosowanych przez Spółkę. Obowiązek ten spełni funkcję edukacyjną oraz prewencyjną. Ma bowiem stanowić czytelną informację dla konsumentów i przedsiębiorców, w jaki sposób - zgodnie z prawem - możliwe jest świadczenie konsumentom usługi „Zamów z Orange” oraz płatnych usług nietelekomunikacyjnych, w tym warunki i zasady świadczenia tego rodzaju usług. Jednocześnie ma ostrzegać, iż w przypadku braku dochowania przez przedsiębiorców wymaganych standardów i stosowania podobnych zachowań muszą oni liczyć się z określonymi sankcjami.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

Obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań (pkt II rozstrzygnięcia decyzji)

Zgodnie z art. 28 ust. 3 ustawy w decyzji nakładającej na przedsiębiorcę obowiązek wykonania określonych zobowiązań Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w oznaczonym terminie informacji o stopniu ich realizacji.

W związku z powyższym Prezes Urzędu zobowiązał przedsiębiorcę do poinformowania o stopniu realizacji zobowiązań, o których mowa w pkt I, zgodnie z treścią pkt II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

Mając na uwadze powyższe Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

Pouczenie

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tj. Dz.U. z 2021 r. poz. 1805., dalej jako „kpc”) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2020 r., poz. 755 ze zm., dalej jako: „ustawa o kosztach sądowych”), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.



Zgodnie z art. 103 ust. 1-2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna dodatkowo wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Jak stanowi art. 117 § 1 kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.

Zgodnie z art. 117 § 3 kpc osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.

W myśl art. 117 § 3 kpc wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Z upoważnienia

Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Zastępcą Dyrektora Departamentu

Ochrony Zbiorowych Interesów Konsumentów

Katarzyna Araczevska

Otrzymują:

1. Orange Polska S.A.
Al. Jerozolimskie 160
02-326 Warszawa
reprezentowana przez:
[*****]
2. a/a

