



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Warszawa, dnia 30 stycznia 2026 r.

DOZIK-3.610.4.2022.AG

wersja jawna

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

DECYZJA nr DOZIK 3/2026

I.

1. Na podstawie art. 27 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 2025 r. poz. 1714 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Orange Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie polegające na jednostronnej zmianie z dniem 4 kwietnia 2022 r. warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych z konsumentami w modelu przedpłaconym poprzez wprowadzenie opłaty za utrzymanie numeru w sieci, pomimo braku podstawy ustawowej lub przestanki umownej umożliwiających dokonanie przez Orange Polska Spółka Akcyjna takiej modyfikacji w trakcie trwania umów, co stanowi 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. z 2023 r. poz. 845), oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.),

i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 5 kwietnia 2022 r.

2. Na podstawie art. 27 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 2025 r. poz. 1714 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Orange Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie polegające na wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów w ramach prezentacji oferty w modelu przedpłaconym na opakowaniach starterów i stronie internetowej Orange Polska Spółka Akcyjna (na dzień wydania decyzji znajdującej się

pod adresem www.orange.pl), w tym na jej podstronach, o możliwości naliczenia oraz wysokości opłaty za utrzymanie numeru w sieci, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 w zw. z art. 6 ust. 3 pkt 1 oraz art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.),

i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 25 stycznia 2024 r.

II.

Na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada na Orange Polska Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie** środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów stwierdzonych w pkt I.1. i I.2. rozstrzygnięcia Decyzji w postaci obowiązku publikacji, na koszt Orange Polska Spółki Akcyjnej z siedzibą w Warszawie, komunikatu (dalej: „Komunikat”) w formie banera o treści:

„Decyzja Prezesa UOKiK nr DOZIK 3/2026 w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stosowanych przez Orange Polska S.A. w ofercie na kartę. Dowiedz się więcej”

W następujący sposób:

- a) Komunikat będzie zamieszczony w górnej części strony głównej Orange Polska Spółki Akcyjnej z siedzibą w Warszawie (mieszczącej się w dacie wydania decyzji pod adresem www.orange.pl), pod belką nawigacyjną, bez możliwości zamknięcia, tak aby widoczna była cała treść Komunikatu. Komunikat będzie widoczny przez cały czas pozostawania użytkownika na stronie głównej Orange Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie,
- b) Komunikat nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera,
- c) Komunikat zostanie opublikowany w terminie 2 tygodni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i będzie dostępny przez okres 3 miesięcy od daty jego publikacji,
- d) Komunikat zostanie sporządzony czarną czcionką zwyczajowo stosowaną dla informacji prezentowanych w banerze na głównej stronie internetowej Orange Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, w rozmiarze 16 px na białym tle (dla wersji mobilnej - 12 px),
- e) Komunikat będzie widoczny od razu po wejściu na stronę internetową Orange Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie,

- f) fragment Komunikatu „Dowiedz się więcej” będzie stanowił hipertączę (link) do dedykowanej podstrony zawierającej treść Oświadczenia (dalej: „Oświadczenie”), o treści:

„Decyzja Prezesa UOKiK nr DOZIK 3/2026 w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stosowanych w Orange na kartę”

Orange Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie informuje o wydaniu i uprawomocnieniu się Decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr DOZIK 3/2026 z dnia 30 stycznia 2026 r. W ww. Decyzji Prezes Urzędu uznał za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki polegające na:

- jednostronnej zmianie warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych z konsumentami w modelu przedpłaconym poprzez wprowadzenie opłaty za utrzymanie numeru w sieci;*
- nieinformowaniu konsumentów w ramach prezentacji oferty na opakowaniach starterów i stronie internetowej Orange Polska, w tym na jej podstronach, o możliwości naliczenia oraz wysokości opłaty za utrzymanie numeru w sieci.*

Pełna treść Decyzji Prezesa UOKiK nr DOZIK 3/2026 dostępna jest na stronie internetowej www.uokik.gov.pl. [hipertączę (link) do Decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wersji jawnej] ZOBACZ DECYZJĘ”

- g) Oświadczenie zostanie opublikowane jednocześnie z Komunikatem, w terminie jego publikacji, o którym mowa w pkt II.c,
- h) Oświadczenie zostanie sporządzone czcionką w rozmiarze 12 px na białym tle i nie będzie przestaniane przez komunikację innej treści (za wyjątkiem komunikatów związanych z działaniem stron www takich jak informacja o przetwarzaniu danych osobowych lub zbieraniu danych typu „ciasteczka”),
- i) fragment Oświadczenia o treści „Decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr DOZIK-3/2026 z dnia 30 stycznia 2026 r.” będzie stanowił hipertączę (link) do podstrony internetowej w domenie uokik.gov.pl na której opublikowana zostanie wersja jawna decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (na dzień wydania decyzji: https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf),
- j) w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja Komunikatu i Oświadczenia zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Orange Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie lub następcy prawnego, ze wskazaniem dawnej oraz nowej nazwy,
- k) w przypadku zmiany adresu strony internetowej, niniejszy obowiązek będzie odnosić się do strony internetowej funkcjonującej w czasie zamieszczenia przedmiotowego Komunikatu i Oświadczenia na stronie internetowej Orange Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie.

III.

Na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada** na Orange Polska Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów stwierdzonych w pkt I.1. i I.2. rozstrzygnięcia Decyzji w postaci zamieszczenia na koncie prowadzonym przez Orange Polska Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie na portalu społecznościowym Instagram: www.instagram.com (na moment wydawania niniejszej decyzji działającym pod nazwą „Orange Polska”) oraz na portalu społecznościowym Facebook: www.facebook.com (na moment wydawania niniejszej decyzji działającym pod nazwą „Orange”) Oświadczenia o następującej treści (dalej jako: „Oświadczenie w social mediach”):

„DECYZJA PREZESA UOKiK

OŚWIADCZENIE

Orange Polska oświadcza, że stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na:

- *jednostronnej zmianie warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych z konsumentami w modelu przedpłaconym poprzez wprowadzenie opłaty za utrzymanie numeru w sieci,*
- *nieinformowaniu konsumentów w ramach prezentacji oferty na opakowaniach starterów i stronie internetowej Orange Polska, w tym na jej podstronach, o możliwości naliczenia oraz wysokości opłaty za utrzymanie numeru w sieci.*

Pełna treść Decyzji Prezesa UOKiK nr DOZIK 3/2026 dostępna jest na stronie internetowej www.uokik.gov.pl.”

w ten sposób, że ww. oświadczenie powinno zostać opublikowane w formacie posta (dalej także jako: „Post”) widocznego w zakładce profilu „posty” oraz powinno być:

- a) zamieszczone jako opis do Posta (tzw. podpis) zawierającego jednocześnie grafikę o wymiarach zalecanych aktualnie przez platformę - na dzień wydania decyzji: 1080 × 1350 pikseli - o treści: „Decyzja Prezesa UOKiK Oświadczenie” pisanej czarnymi literami na białym tle, czcionką nie mniejszą niż 55 punktów, jak poniżej:

DECYZJA PREZESA UOKiK

Oświadczenie

- b) ww. grafika stanowić będzie zarazem okładkę Posta,
- c) Post powinien być zamieszczony z wykorzystaniem funkcjonalności przypięcia w górnej części profilu Przedsiębiorcy w serwisie Instagram oraz Facebook,
- d) funkcjonalność dodawania komentarzy do Posta nie może zostać wyłączona,
- e) Oświadczenie w social mediach powinno być napisane standardową, domyślną czcionką o wielkości zwyczajowo używanej do tworzenia komunikatów na wskazanym portalu społecznościowym,
- f) fragment Oświadczenia w social mediach: „uokik.gov.pl” będzie stanowić hipertęcze prowadzące do komunikatu prasowego Prezesa UOKiK w domenie uokik.gov.pl dotyczącego wydania niniejszej decyzji, a jeżeli nie będzie możliwe umieszczenie hipertęcza, to zamiast ww. fragmentu zostanie zamieszczony adres linku,
- g) bezpośrednio po fragmencie Oświadczenia w social mediach, o którym mowa w pkt III.f - w nowym akapicie - zostaną dodane znaczniki internetowe w formie poniższych hashtagów: #UOKiK, #[hashtag przedsiębiorcy] oraz #prepaid;

Dodatkowo Oświadczenie w social mediach zostanie opublikowane także w biogramie użytkownika w formie linka, który odsyłać będzie do Posta, w terminie 2 tygodni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji i będzie utrzymywane przez okres 3 miesięcy od daty jego opublikowania.

Jednocześnie Oświadczenie w social mediach zostanie opublikowane w formacie relacji (tzw. stories), w terminie 2 tygodni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, przy uwzględnieniu poniższych wymogów:



- h) publikacja ww. relacji nastąpi poprzez udostępnienie Posta, z zachowaniem jego standardowej wielkości oraz białego tła Oświadczenia w social mediach,
- i) publikacja ww. relacji będzie ponawiana kolejne 3 razy co 7 dni,
- j) Oświadczenie w social mediach w formie relacji powinno być wyświetlane na co najmniej 3 kolejnych częściach (tzw. kafelkach), łącznie przez minimum 45 sekund,
- k) fragment Oświadczenia w social mediach: „uokik.gov.pl” będzie stanowić hipertączę prowadzące do komunikatu prasowego Prezesa UOKiK w domenie uokik.gov.pl dotyczącego wydania niniejszej decyzji, a jeżeli nie będzie możliwe umieszczenie hipertączę, to zamiast ww. fragmentu zostanie zamieszczony adres linku,

Publikacja Oświadczenia w social mediach formie Posta, relacji oraz linka zawartego w biogramie profilu Orange Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie nastąpi w terminie publikacji Komunikatu i będzie utrzymywana przez czas jego publikacji zgodnie z pkt II.c i II.g Decyzji:

- l) w dzień roboczy w godzinach między 9:00 a 12:00,
- m) w przypadku zmiany nazwy Orange Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Orange Polska Spółki Akcyjnej z siedzibą w Warszawie lub następcy prawnego, ze wskazaniem dawnej i nowej nazwy,
- n) w przypadku zmiany profilu „Orange Polska” Przedsiębiorcy w serwisie Instagram lub Facebook niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do profili Przedsiębiorcy funkcjonujących w czasie zamieszczenia Oświadczenia w social mediach.

IV.

Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 106 ust. 7 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Orange Polska Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie:

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), w zakresie opisanym w pkt I.1 rozstrzygnięcia Decyzji, **karę pieniężną w wysokości 17 325 000 zł** (słownie: siedemnaście milionów trzysta dwadzieścia pięć tysięcy złotych), płatną do budżetu państwa,
2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), w zakresie opisanym w pkt I.2 rozstrzygnięcia Decyzji, **karę pieniężną w wysokości 7 425 000 zł** (słownie: siedem milionów czterysta dwadzieścia pięć tysięcy złotych), płatną do budżetu państwa.

V.

Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.) oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2024 r. poz. 572) w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów obciąża **Orange Polska Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie** kosztami postępowania opisanego w pkt I. rozstrzygnięcia niniejszej Decyzji w kwocie **232,35 zł** (słownie: dwieście trzydzieści dwa, 35/100 złotych) i zobowiązuje **Orange Polska Spółkę Akcyjną z siedzibą w Warszawie** do zwrotu tych kosztów Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej Decyzji.

UZASADNIENIE

Uwagi wstępne

[1] Przedmiotowa Decyzja dotyczy:

- dokonanych przez Orange Polska spółka akcyjna z siedzibą w Warszawie (dalej jako: „Orange Polska”, „Spółka”, „Przedsiębiorca”) jednostronnych zmian we wzorcach umów stosowanych w taryfach przedpłaconych usług telekomunikacyjnych (dalej jako „oferta na kartę”, „oferta prepaid”, „oferta przedpłacona”) poprzez dodanie nowej pozycji pn.: „Utrzymanie numeru w sieci” (dalej jako: „Opłata za utrzymanie numeru”, „Opłata za brak aktywności” lub „Opłata”) do wzorców umownych i tym samym wprowadzenie nowej opłaty pomimo braku odpowiedniej podstawy prawnej lub klauzuli modyfikacyjnej uprawniającej do takiej zmiany

oraz

- nieinformowaniu konsumentów na opakowaniach starterów i stronie internetowej w tym na jej podstronach, o możliwości naliczenia oraz wysokości opłaty za utrzymanie numeru w sieci.
- [2] Kwestionowana w pkt I.1 Decyzji praktyka jest sprzeczna z dobrym obyczajem ponieważ doszło do zmian warunków umowy z konsumentem pomimo braku odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej, co skutkowało związaniem konsumentów umową w kształcie, na który mogliby się nie zdecydować, gdyby znali plany przedsiębiorcy. Konsument, podejmując decyzję o zawarciu umowy ze Spółką, bazuje na konkretnym kształcie zaoferowanego mu produktu. Dokonanie przez Spółkę zmian warunków zawartej umowy obliguje konsumenta do dokonania powtórnej analizy zaproponowanych mu warunków umowy. W rezultacie konsumenci musieli wybierać pomiędzy utratą części zgromadzonych środków (co najmniej w wysokości opłaty manipulacyjnej związanej z przeniesieniem numeru) lub pozostaniem stroną umowy na mniej korzystnych warunkach. Szczegółowy opis tej praktyki przedstawiono w nb. 31-53 oraz 97-137.

- [3] Kwestionowana w pkt I.2 Decyzji praktyka dotyczy braku informowania przez Spółkę o istotnych warunkach umowy w miejscach, w których konsumenci poszukują informacji kluczowych dla wyboru oferty (startery, strona internetowa). Informacja o istnieniu i wysokości opłaty za brak aktywności, a także warunków, które z niej zwalniają, należy traktować jako istotną dla podjęcia decyzji dotyczącej umowy. Jest to bowiem informacja o konsekwencjach związanych z wyborem danej oferty, co jest jednym z kluczowych czynników wpływających na decyzje zakupowe konsumentów. Szczegółowy opis tej praktyki przedstawiono w nb. 61-70 oraz 138-157.

Przebieg postępowania

- [4] Prezes Urzędu przeprowadził postępowanie wyjaśniające (sygn. akt: DOZIK-3.405.4.2022) w związku z wprowadzeniem przez Orange Polska spółka akcyjna z siedzibą w Warszawie nowej opłaty za usługę „Utrzymanie numeru w sieci” w ofertach umożliwiających korzystanie z usług telekomunikacyjnych w modelu przedpłaconym. Postępowanie wszczęto m.in. w związku napływającymi sygnałami konsumentów (por. nb. 74), w których kwestionowano sposób ukształtowania Opłaty oraz sposób jej wprowadzenia.

Dowód: postanowienie i zawiadomienie Prezesa Urzędu z 14 marca 2022 r., k.: 27-29

- [5] Postępowanie wyjaśniające, o którym mowa w nb. 4 powyżej, i korespondencję ze Spółką w związku z nim prowadzono jeszcze przed rozpoczęciem naliczania Opłaty. W dniu 4 kwietnia 2022 r. Spółka wprowadziła zmiany do cenników usług w ofercie Orange na kartę (dalej jako: „Cenniki”). Wprowadzone przez Orange Polska postanowienie (dalej jako: „Postanowienie”) prezentowane było w następujący sposób (wyróżnienie kolorem własne)¹:

Tabela nr 2

Usługi podstawowe w Orange POP	Cena z VAT
Połączenie wychodzące na numery komórkowe i stacjonarne	0,40 zł/ minuta (naliczanie sekundowe)
SMS wychodzący na numery komórkowe ³	0,25 zł/ zdarzenie
SMS wychodzący do krajowych sieci stacjonarnych	1,23 zł/ zdarzenie
MMS wychodzący na numery komórkowe	0,40 zł/ zdarzenie
MMS wysłany na adres e-mail	0,40 zł
Połączenie z internetem i WAP ⁴	0,12 zł/ 100 kB

¹ Tak: Cennik usług w ofercie Orange POP obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania. Analogiczne postanowienie w zakresie usługi Utrzymanie numeru w sieci występuje w Cennikach właściwych dla innych taryf w ofercie na kartę.

Połączenie wychodzące międzynarodowe na numery komórkowe i stacjonarne	opłata za połączenie wg tabeli 4 dot. opłat za połączenia międzynarodowe / minuta (naliczanie minutowe)
SMS wychodzący do sieci zagranicznych w krajach UE i EOG	0,31 zł/ zdarzenie
SMS wychodzący do sieci zagranicznych w krajach poza UE i EOG	0,62 zł/ zdarzenie
MMS wychodzący do sieci zagranicznych	3,03 zł
Połączenie w usłudze rozmowa na koszt odbiorcy	0,35 zł/ minuta (naliczanie sekundowe)
Utrzymanie numeru w sieci ⁵	maksymalnie 5 zł/ co 31 dni przy braku aktywności numeru

³ (...).

⁴ (...).

⁵ Opłata będzie pobierana po upływie 31 dni od ostatniej aktywności Abonenta, rozumianej jako wykonanie połączenia wychodzącego (minuty/SMS/MMS/internet) lub zakup usługi dodanej lub pakietu. Abonenci, których wartość środków na koncie głównym w dniu pobrania opłaty jest niższa niż 5 zł, zostaną obciążeni opłatą w wysokości dostępnych środków. Opłata za utrzymanie numeru w sieci będzie pobierana cyklicznie co 31 dni od ostatniej aktywności Abonenta lub od daty pobrania ostatniej opłaty za utrzymanie numeru w sieci aż do momentu wygaśnięcia ważności konta. Włączona promocja „Konto ważne rok” nie zwalnia od ponoszenia opłat za utrzymanie numeru w sieci. W przypadku utraty ważności konta na połączenia wychodzące, opłata będzie pobierana z zablokowanych środków.

[6] Postanowienie w okresie od 4 kwietnia 2022 r. do 25 stycznia 2024 r. nie uległo zmianom i było zamieszczone w następujących wzorcach umów w ofercie przedpłaconych usług telekomunikacyjnych [wskazany powyżej numer przypisu może ulegać zmianie w zależności od wzorca]:

- *Cennik usług w ofercie Ekstra Numer obowiązuje od 24 sierpnia 2020 r. do odwołania (wers nr 8 Tabeli nr 1; zd. 1 przypisu nr 2 do pozycji „Utrzymanie numeru w sieci”)*
- *Cennik usług w ofercie Orange Pop obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania (wers nr 11 Tabeli nr 2; zd. 1 przypisu nr 5 do pozycji „Utrzymanie numeru w sieci”)*
- *Cennik usług w ofercie Orange Yes obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania (wers nr 13 Tabeli nr 2; zd. 1 przypisu nr 5 do pozycji „Utrzymanie numeru w sieci”)*
- *Cennik usług w ofercie Zawsze bez limitu obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania (wers nr 17 Tabeli nr 4; zd. 1 przypisu nr 6 do pozycji „Utrzymanie numeru w sieci”)*
- *Cennik usług w ofercie IoT na kartę obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania ze zmianami od 4 kwietnia 2022 r (wers nr 15 Tabeli nr 2; zd. 1 przypisu nr 6 do pozycji „Utrzymanie numeru w sieci”)*
- *Cennik usług w ofercie Orange Free na kartę obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania (wers nr 17 Tabeli nr 2; zd. 1 przypisu nr 7 do pozycji „Utrzymanie numeru w sieci”).*

a także w związku z nieinformowaniem konsumentów w ramach prezentacji oferty w modelu przedpłaconym na opakowaniach starterów i stronie internetowej www.orange.pl o możliwości naliczenia oraz wysokości Opłaty za brak aktywności.

- [12] W tym samym dniu, tj. 9 sierpnia 2022 r. Prezes Urzędu uznał także, że zaszło uzasadnione podejrzenie stosowania przez Spółkę postanowień wzorców umów, które mogą mieć charakter niedozwolony⁴.

Dowód: postanowienie i zawiadomienie Prezesa Urzędu z 9 sierpnia 2022 r., k.: 1-24 oraz 239-240

- [13] Stanowisko Orange Polska względem postawionych Spółce zarzutów, wraz z odniesieniem do niego, znajduje się w nb. 173-188 uzasadnienia Decyzji. W tym miejscu Prezes Urzędu odnosi się także do złożonych w toku postępowania propozycji zobowiązania oraz podjętych przez Spółkę działań polegających na usunięciu postanowień przewidujących naliczanie Opłaty z wzorców umów, a także zwrotu konsumentom pobranych Opłat za utrzymanie konta (por. nb. 54-60 Decyzji).

- [14] Pismem z dnia 19 grudnia 2025 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się z materiałem zgromadzonym w aktach sprawy. Strona skorzystała z przysługującego jej uprawnienia, zapoznając się z aktami 8 stycznia 2026 r.

- [15] Pismem z dnia 15 stycznia 2026 r. Spółka przedstawiła stanowisko w sprawie, w którym wniosła o umorzenie postępowania.

Dowód: pismo Spółki z dnia 15 stycznia 2026 r., k.: 686

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił, co następuje.

Przedmiot działalności Orange Polska Spółka Akcyjna

- [16] 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 30 stycznia 2026 r.

- [17] Orange Polska prowadzi we własnym imieniu zorganizowaną działalność zarobkową wykonywaną w sposób ciągły. Działalność ta polega na świadczeniu usług

⁴ W tym zakresie Prezes Urzędu prowadził postępowanie o sygn. DOZIK-3.611.1.2022, w wyniku którego wydano decyzję nr DOZIK-2/2026.

telekomunikacyjnych⁵ 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 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2025 r. poz. 1714 ze zm.), a działania Spółki podlegają ocenie w świetle przepisów ww. ustawy.

Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi aktualnemu z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego Spółki, stan na dzień 30 stycznia 2026 r.

Typy umów zawieranych przez Orange Polska

- [18] W ramach prowadzonej działalności Orange Polska zawiera z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych⁶. Wymienione wyżej kontrakty dotyczą różnie skonstruowanych taryf, istotne rozróżnienie stanowi natomiast sposób rozliczania się z klientem. W tym zakresie wyróżnia się przede wszystkim umowy o świadczenie usług w oparciu o rozliczenia abonamentowe oraz umowy o świadczenie usług w ofercie przedpłaconej. Spółka oferuje konsumentom zawarcie umowy w każdej z ww. typów ofert.
- [19] W ofercie abonamentowej Spółka oferuje stałą możliwość nawiązywania połączeń oraz wysyłania i odbierania SMS/MMS. Zazwyczaj przyznawany jest także określony pakiet transmisji danych, z którego konsument może korzystać w ramach umowy bez ponoszenia dodatkowych opłat. Ekwiwalentem za ww. stałe świadczenie usług jest określona z góry kwota opłaty abonamentowej. Opłata staje się wymagalna wraz z upływem kolejnych okresów rozliczeniowych, a jej kwota jest co do zasady stała. W efekcie za korzystanie z usług objętych określoną taryfą w ofercie abonamentowej, niezależnie od zakresu korzystania z usług, konsument uiszcza taką samą, określoną z góry opłatę za dany okres rozliczeniowy. Wysokość opłaty abonamentowej co do zasady nie jest uzależniona od stopnia wykorzystania usług, tj. liczby wykonanych połączeń, wysłanych SMS/MMS lub zużytej transmisji danych.
- [20] W ofercie na kartę nazywanej także ofertą przedpłaconą lub ofertą prepaid konsument dysponuje kontem, na którym może gromadzić środki do wykorzystania na dowolne usługi znajdujące się w ofercie Spółki. Korzystanie z poszczególnych usług (np. nawiązywanie połączeń, wysyłanie SMS lub transmisja danych komórkowych) jest regulowane przez Cenniki usług w danej taryfie. Co do zasady każda z usług inicjowanych przez użytkownika (np.

⁵ Obecnie, na gruncie przepisów PKE pojęcie usługi telekomunikacyjnej zastąpiono pojęciem usługi komunikacji elektronicznej

⁶Z dniem 10 listopada 2024 roku weszło w życie PKE, które wprowadza nową siatkę pojęciową i definiuje usługę telekomunikacyjną jako usługę komunikacji elektronicznej, o której mowa w art. 2 pkt 76 lit. a lub c lub pkt 78 lit. a Pke (por. art. 2 pkt 80 Pke). Zgodnie z powołanym art. 2 pkt 76 Pke usługa komunikacji elektronicznej to m.in. usługa świadczona za pośrednictwem sieci telekomunikacyjnej, zwykle za wynagrodzeniem, obejmująca usługę dostępu do internetu (lit. a) oraz usługę polegającą całkowicie lub głównie na przekazywaniu sygnałów, w szczególności przesyłanie sygnałów w ramach komunikacji interpersonalnej niezależnie od stosowanej technologii (lit c). Z kolei zgodnie z art. 2 pkt 78 lit. a Pke usługa komunikacji interpersonalnej to usługa umożliwiająca bezpośrednią interpersonalną i interaktywną wymianę informacji za pośrednictwem sieci telekomunikacyjnej między skończoną liczbą osób, gdzie osoby inicjujące połączenie lub uczestniczące w nim decydują o jego odbiorcy lub odbiorcach, która umożliwia realizację połączeń z numerami z planu numeracji krajowej lub międzynarodowych planów numeracji. W uzasadnieniu projektu ustawy Prawo komunikacji elektronicznej wskazano, iż: „usługa telekomunikacyjna jest pojęciem zakresowo węższym niż usługa komunikacji elektronicznej i obejmuje swoim zakresem usługi komunikacji elektronicznej polegające na dostępie do internetu, usługi komunikacji interpersonalnej wykorzystujące numery oraz usługę polegającą całkowicie lub głównie na przekazywaniu sygnałów”.

wysłanie SMS, wykonywanie połączeń telefonicznych, korzystanie z transmisji danych) ma przypisaną wartość cennikową. Korzystanie z usług odpowiednio pomniejsza wartość środków zgromadzonych na koncie abonenckim. Spółka może ponadto oferować możliwość zakupu pakietów dodatkowych, np. określonej liczby SMS w wariantach jednorazowym lub cyklicznym albo dokupienia dodatkowych usług. Pakiety mogą być także przyznawane jako bonus lub w ramach akcji promocyjnej. Zawarcie umowy w ramach omawianej oferty może nastąpić na skutek zakupu startera w sklepie stacjonarnym (np. w kiosku) lub przez Internet a następnie zarejestrowania numeru (numer można zarejestrować online na zarejestrujnumer.pl, w salonie Orange, w kiosku, w sklepie lub na poczcie).

- [21] Konstrukcja modelu prepaid oraz korzystanie z usług w ramach tej oferty nieodłącznie związane jest z zakupywaniem tzw. „doładowań”⁷ (dalej jako „doładowanie”), które zwiększają stan środków zgromadzonych na koncie abonenckim oraz przyznają określoną długość „okresu aktywnego” i „okresu pasywnego” (więcej na temat pojęć „okresu aktywnego” i „okresu pasywnego” por. nb. 25). W wyniku doładowania konta określany jest okres aktywny i okres pasywny czyli czas, w którym konsument może swobodnie korzystać z usług, inicjując połączenia, wysyłając SMS lub korzystając z transmisji danych (okres aktywny) lub korzystając z usług poprzez odbieranie połączeń przychodzących oraz SMS (okres pasywny).
- [22] Na skutek Decyzji Prezesa Urzędu DOZIK-18/2020 Spółka zobowiązała się do wprowadzenia procedury zwrotu niewykorzystanych środków pozostałych z doładowań kont abonenckich. Podobną procedurę przewidują także obowiązujące przepisy ustawy z dnia 12 lipca 2024 r. Prawo komunikacji elektronicznej (Dz.U. z 2024 r. poz. 1221)⁸. Ww. procedura jest możliwa wyłącznie na wniosek konsumenta, w przypadku gdy na koncie abonenckim znajduje się co najmniej 20 zł, tyle bowiem wynosi opłata manipulacyjna pobierana przez Spółkę. W przypadku gdy na koncie abonenckim nie znajduje się co najmniej ww. kwota, wszystkie zgromadzone środki ulegają przepadkowi na rzecz Spółki. Omawiana opłata oraz środki pobrane w wyniku przepadku (w razie niezłożenia wniosku przez konsumenta lub w razie gdy na koncie abonenckim znajduje się mniej niż 20 zł) również stanowią wynagrodzenie Orange Polska.

⁷ Zgodnie z wzorcem pn.:Regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych dla Abonentów ofert na kartę z dnia 01.01.2014r. „Doładowanie karty SIM” zwane także „Doładowaniem” jest to „przyznanie Limitu początkowego jednostek taryfowych lub zwiększenie Limitu jednostek taryfowych w wyniku wniesienia przedpłaty za Usługi telekomunikacyjne”.

⁸ Z dniem 10 listopada 2024 roku weszło w życie PKE, które definiuje usługę telekomunikacyjną jako usługę komunikacji elektronicznej, o której mowa w art. 2 pkt 76 lit. a lub c lub pkt 78 lit. a PKE (por. art. 2 pkt 80 PKE). Zgodnie z powołanym art. 2 pkt 76 PKE usługa komunikacji elektronicznej to m.in. usługa świadczona za pośrednictwem sieci telekomunikacyjnej, zwykle za wynagrodzeniem, obejmująca usługę dostępu do internetu (lit. a) oraz usługę polegającą całkowicie lub głównie na przekazywaniu sygnałów, w szczególności przesyłanie sygnałów w ramach komunikacji interpersonalnej niezależnie od stosowanej technologii (lit c). Z kolei zgodnie z art. 2 pkt 78 lit. a PKE usługa komunikacji interpersonalnej to usługa umożliwiająca bezpośrednią interpersonalną i interaktywną wymianę informacji za pośrednictwem sieci telekomunikacyjnej między skończoną liczbą osób, gdzie osoby inicjujące połączenie lub uczestniczące w nim decydują o jego odbiorcy lub odbiorcach, która umożliwia realizację połączeń z numerami z planu numeracji krajowej lub międzynarodowych planów numeracji. W uzasadnieniu projektu ustawy Prawo komunikacji elektronicznej wskazano, iż: „usługa telekomunikacyjna jest pojęciem zakresowo węższym niż usługa komunikacji elektronicznej i obejmuje swoim zakresem usługi komunikacji elektronicznej polegające na dostępie do internetu, usługi komunikacji interpersonalnej wykorzystujące numery oraz usługę polegającą całkowicie lub głównie na przekazywaniu sygnałów”.

Dowód: pismo z dnia 22 marca 2022 r. - przekazane przez Orange Polska wzorce umów, k.: 30-118:, pismo z dnia 3 marca 2025 r. - przekazane przez wzorce umów w ofercie na kartę, k.: 400-437

Stosowane przez Przedsiębiorcę wzorce umów w ofercie na kartę

[23] Organizację i funkcjonowanie usług świadczonych przez Spółkę w ofercie prepaid określają wzorce umowne w szczególności:

- *Regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych dla Abonentów ofert na kartę* (dalej jako: „Regulamin”) - dotyczący wszystkich wariantów ofert na kartę. Określa podstawowe warunki świadczenia usług w ofercie prepaid skierowanej do klientów Orange Polska.
- *Cenniki usług* - określają zasady korzystania z usług w danym wariantcie oferty na kartę. Wzorce te zawierają postanowienia zarówno co do podstawowych usług (połączenia telefoniczne, SMS/MMS, transmisja danych⁹) jak i postanowienia co do pozostałych usług, z których można korzystać w ramach wykonywanej umowy (np. usługa Wymiana karty SIM, Zmiana numeru lub Koszt zwrotu środków na rachunek bankowy konsumenta).
- *Regulaminy promocji* - określają przede wszystkim zasady korzystania z usług dodatkowych, które konsument może sobie „dobrać” w ramach wykonywanej umowy. Warunki regulaminów promocji określają w jakich wariantach ofert można skorzystać z usługi.

[24] Regulamin reguluje podstawowe zasady korzystania z usług oraz wprowadza kluczowe definicje w zakresie wykonywanej umowy. Omawiany wzorzec wyjaśnia model świadczenia usług w ofercie prepaid. Zgodnie z §13 Regulaminu:

1. *Umowa zostaje zawarta na czas nieoznaczony. Umowa obejmuje dwa okresy: aktywny i pasywny.*
2. *W chwili zawarcia Umowy rozpoczyna się Okres aktywny, z tym zastrzeżeniem, że w przypadku Umów zawartych od dnia 25.07.2016r. włącznie, Okres aktywny rozpoczyna się od momentu skutecznej i potwierdzonej przez Operatora Rejestracji.*
3. *Abonent ma wpływ na wydłużenie Okresu aktywnego poprzez Doładowanie.*
4. *W przypadku braku doładowania w Okresie aktywnym, po jego zakończeniu rozpoczyna się Okres pasywny.*
5. *Cennik lub Regulamin oferty, usług lub promocji mogą określać inne niż Doładowanie sposoby wydłużenia Okresu aktywnego lub Okresu pasywnego.*

Dowód: pismo z dnia 22 marca 2022 r. - przekazane przez Orange Polska wzorce umów, k.: 30-118:, pismo z dnia 3 marca 2025 r. - przekazane przez wzorce umów w ofercie na kartę, k.: 400-437

[25] §3 pkt 3 Regulaminu przewiduje definicję okresu aktywnego i pasywnego, która ma następujące brzmienie:

⁹ Co do zasady w modelu prepaid przyjęte jest, iż opłaty są rozliczane na podstawie zużycia i tak np.: połączenie wychodzące rozliczne jest na podstawie kosztów za minutę przy naliczaniu sekundowym, SMS/MMS jest rozliczany w oparciu o liczbę wykonanych zdarzeń a połączenie z Internetem jest rozliczane w oparciu o zużyte 100 kb.

12. „Okres aktywny” - wskazany w Cenniku, regulaminach promocji lub w inny sposób podany do wiadomości Abonenta czas określony w miesiącach lub dniach, w którym Abonent może wykonywać i przyjmować połączenia oraz korzystać z innych usług telekomunikacyjnych do wysokości aktualnego Limitu jednostek taryfowych. Okres ten liczony jest od dnia włączenia się do sieci albo ostatniego Doładowania, z tym zastrzeżeniem, że dla Umów zawartych od dnia 25.07.2016r. włącznie, Okres aktywny liczony jest od momentu skutecznej i potwierdzonej przez Operatora Rejestracji albo od ostatniego Doładowania dokonanego po Rejestracji.
13. „Okres pasywny” - wskazany w Cenniku, regulaminach promocji lub w inny sposób podany do wiadomości Abonenta czas określony w miesiącach lub dniach, w którym Abonent może przyjmować połączenia, a także inicjować połączenia z numerami alarmowymi i bezpłatnymi. Okres ten liczony jest od dnia włączenia się do sieci albo ostatniego Doładowania, z tym zastrzeżeniem, że dla Umów zawartych od dnia 25.07.2016 r. włącznie, Okres pasywny liczony jest od momentu skutecznej i potwierdzonej przez Operatora Rejestracji albo od ostatniego Doładowania dokonanego po Rejestracji.

[26] §14 omawianego wzorca stanowi, że:

1. Z zastrzeżeniem pkt 1a poniżej, w przypadku zmiany warunków Umowy określonych w Regulaminie, Operator:

1.1. doręcza na piśmie Abonentowi, który podał Operatorowi swoje dane w celu otrzymywania informacji i zawiadomień treść każdej proponowanej zmiany warunków Umowy określonych w Regulaminie, chyba że Abonent złożył żądanie otrzymywania informacji i zawiadomień drogą elektroniczną na wskazany w tym celu adres poczty elektronicznej lub za pomocą podobnego środka porozumiewania się na odległość oraz

1.2. podaje do publicznej wiadomości treść każdej proponowanej zmiany warunków Umowy określonych w Regulaminie z wyprzedzeniem co najmniej jednego miesiąca przed wprowadzeniem tych zmian w życie (okres ten może być krótszy, jeśli publikacja aktu prawnego, z którego wynika konieczność wprowadzenia zmian następuje z wyprzedzeniem krótszym niż miesiąc przed jego wejściem w życie lub okres taki wynika z decyzji Prezesa UKE). Jednocześnie Operator informuje Abonenta o prawie wypowiedzenia Umowy w przypadku braku akceptacji tych zmian, przy czym termin na realizację tego prawa nie może być krótszy niż do dnia wejścia tej zmiany w życie.

1a. W przypadku gdy zmiana Regulaminu wynika bezpośrednio ze zmiany przepisów prawa, powoduje obniżenie cen usług telekomunikacyjnych, dodanie nowej usługi lub wynika z decyzji Prezesa UKE Operator podaje do publicznej wiadomości treść proponowanych zmian zgodnie z zasadami wskazanymi powyżej w pkt 1 ale z wyłączeniem zasady określonej w pkt 1.1. powyżej.

[27] Jak wskazano w nb. 23 powyżej, zasady świadczenia usług w ofercie na kartę regulują także cenniki usług. Na dzień 4 kwietnia 2022 r. Orange Polska stosowała następujące Cenniki w ofercie Orange na kartę:

- Cennik usług Ekstra Numer obowiązuje od 24 sierpnia 2020 r. do odwołania.
- Cennik usług w ofercie Orange Pop obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania
- Cennik usług w ofercie Orange Yes obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania
- Cennik usług w ofercie Zawsze bez limitu obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania
- Cennik usług w ofercie IoT na kartę obowiązuje od 24 lutego 2022r. do odwołania ze zmianami od 4 kwietnia 2022 r
- Cennik usług w ofercie Orange Free na kartę obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania

Dowód: pismo z dnia 22 marca 2022 r. - przekazane przez Orange Polska wzorce umów, k.: 30-118:, pismo z dnia 3 marca 2025 r. - przekazane przez wzorce umów w ofercie na kartę, k.: 400-437

[28] Korzystanie z poszczególnych usług (np. nawiązywanie połączeń, wysyłanie SMS lub transmisja danych komórkowych) jest regulowane przez Cenniki usług w danej taryfie. Co do zasady każda z usług, niezależnie od jej charakteru, ma przypisaną do siebie wartość cennikową. Korzystanie z usług odpowiednio pomniejsza wartość środków zgromadzonych na koncie abonenckim. Spółka może ponadto oferować możliwość zakupienia pakietów dodatkowych, np. określonej liczby SMS w wariantach jednorazowym lub cyklicznym albo dokupienia dodatkowych usług. Pakiety mogą być także przyznawane jako bonus lub w ramach akcji promocyjnej.

Dowód: Pismo z dnia 22 marca 2022 r. - przekazane przez Orange Polska wzorce umów, k.: 30-118:, Pismo z dnia 3 marca 2025 r. - przekazane przez wzorce umów w ofercie na kartę, k.: 400-437

[29] Cenniki przewidują także, jaki okres aktywny oraz okres pasywny zostanie przyznany w wyniku doładowania. W praktyce, im większe doładowanie tym dłuższy okres aktywny, zaś okres pasywny co do zasady w wyniku doładowań ulega przedłużeniu do 12 miesięcy. Obrazuje to następujący fragment Cennika usług w ofercie Zawsze bez limitu obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania:

Tabela nr 1

Nominał doładowania	5	10	25	30	35	40	50	100	200
Ważność X (na połączenia wychodzące) oraz ważność Usługi	5 dni	10 dni	25 dni	30 dni	35 dni	40 dni	50 dni	100 dni	200 dni
Ważność Y (na połączenia przychodzące)	12 miesięcy								
Rozmowy, SMS-y i MMS-y do wszystkich sieci krajowych oraz połączenia wideo (ViLTE) do krajowych sieci komórkowych	Bez limitu								
Pakiet internetu	2,5 GB	5 GB	12,5 GB	15 GB	17,5 GB	20 GB	25 GB	50 GB	100 GB

Dowód: pismo z dnia 22 marca 2022 r. - przekazane przez Orange Polska wzorce umów, k.: 30-118:, pismo z dnia 3 marca 2025 r. - przekazane przez wzorce umów w ofercie na kartę, k.: 400-437

[30] W ofercie Orange Polska znajdują się także usługi dodatkowe, które powodują wydłużenie okresu aktywnego. Taką usługą jest Konto Ważne Rok (dalej także jako „KWR”), umożliwia

ona przedłużenie ważności Konta Głównego na połączenia wychodzące do jednego roku. Korzystanie z usługi KWR jest płatne. Wysokość opłaty za tę usługę zmieniała się w czasie. W okresie pobierania przez Spółkę Opłat wynosiła od 6 do 9 zł. Orange Polska pobierała Opłatę za utrzymanie numeru pomimo tego, że konsument uprzednio zakupił usługę gwarantującą ważność konta przez okres roku.

Zmiana umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych

- [31] Jak ustalił Prezes Urzędu z dniem 4 kwietnia 2022 r. Orange Polska zmieniła następujące Cenniki:
- *Cennik usług w Ekstra Numer obowiązuje od 24 sierpnia 2020 r. do odwołania,*
 - *Cennik usług w ofercie Orange Pop obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania,*
 - *Cennik usług w ofercie Orange Yes obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania,*
 - *Cennik usług w ofercie Zawsze bez limitu obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania,*
 - *Cennik usług w ofercie IoT na kartę obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania ze zmianami od 4 kwietnia 2022 r,*
 - *Cennik usług w ofercie Orange Free na kartę obowiązuje od 24 lutego 2022 r. do odwołania.*
- [32] Orange Polska informowała konsumentów o zmianie Cenników „poprzez dodanie nowej usługi, z którą wiąże się nowa opłata we wszystkich Cennikach taryf na kartę w sieci Orange” poprzez podanie jej do wiadomości publicznej na stronie www.orange.pl w zakładce „Ważne komunikaty”.
- [33] Informacja o planowanej na 4 kwietnia 2022 r. zmianie wzorców umów została zamieszczona na stronie internetowej Spółki w dniu 3 marca 2022 r.¹⁰

¹⁰<https://www.orange.pl/omnibook/nowa-usluga-utrzymanie-numeru-w-sieci-zmiana-cennikow-orange-na-karte> Por. str. 7 pisma Orange Polska z dnia 22 marca 2022 r.

Komunikat zaprezentowany na stronie www.orange.pl 3.03.2022 r. w zakładce Ważne komunikaty wyglądał następująco:

Nowa usługa „Utrzymanie numeru w sieci” – zmiana cenników Orange na kartę



Nowa usługa „Utrzymanie numeru w sieci” – zmiana cenników Orange na kartę



- Od 4 kwietnia 2022 r. zmieniamy cenniki ofert na kartę (Orange Free na kartę, Orange Yes, Orange POP i Zawsze bez limitu, Ekstra Numer, Orange IoT na kartę) poprzez dodanie nowej usługi: „Utrzymanie numeru w sieci”.
- Usługa jest bezpłatna dla klientów aktywnie korzystających z telefonu w sieci Orange. Cena usługi wynosi 5zł w przypadku klientów nieaktywnych przez co najmniej 31 dni.

Do cenników zostanie dodany opis działania usługi i zasady jej opłacania o treści:

„Opłata będzie pobierana po upływie 31 dni od ostatniej płatnej aktywności Abonenta, rozumianej jako wykonanie połączenia wychodzącego (minuty/SMS/MMS/internet) lub zakup usługi dodanej lub pakietu. Abonenci, których wartość środków na koncie głównym w dniu pobrania opłaty jest niższa niż 5 zł, zostaną obciążeni opłatą w wysokości dostępnych środków. Opłata za utrzymanie numeru w sieci będzie pobierana cyklicznie co 31 dni od ostatniej płatnej aktywności Abonenta lub od daty pobrania ostatniej opłaty za utrzymanie numeru w sieci aż do momentu wygaśnięcia ważności konta. Wiązona promocja „Konto ważne rok” nie zwalnia z ponoszenia opłat za utrzymanie numeru w sieci. W przypadku utraty ważności konta na połączenia wychodzące, opłata będzie pobierana z zablokowanych środków.”

- Abonenci nieakceptujący tych zmian mogą zrezygnować z usług Orange do dnia wejścia w życie zmian.

Czy informacje zawarte na tej stronie okazały się wystarczające?

Tak

Nie

Zostaw komentarz do oceny

Dowód: pismo Orange Polska z dnia 22 marca 2022 r., k.: 30-118

[34] Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki opłata została wprowadzona do Cenników w deklarowanym terminie. W dniu 4 maja 2022 r. Spółka naliczyła pierwsze opłaty (por. nb. 7)

Dowód: pismo Orange Polska z dnia 22 marca 2022 r., k.: 30-118, pismo Spółki z dnia 21 marca 2024 r., k.: 352

[35] Jak wynika z pisma Orange Polska z dnia 22 marca 2022 r.: „na okres 23-30 marca 2022 r. zaplanowano wysyłkę komunikatów w formie wiadomości SMS lub e-mail wysyłanych do tych użytkowników oferty na kartę, którzy udzielili Orange tzw. zgody obsługowej”. Spółka wskazała ponadto, że: „przed upływem 31 dni od momentu, w którym zaczniemy naliczać pierwsze opłaty¹¹ za usługę utrzymania numeru w sieci Orange, Orange przekaże informacje o zmianie w Cennikach oraz o dniu faktycznego rozpoczęcia pobierania opłat”. Wiadomości SMS, o których mowa powyżej, miały następującą treść (pisownia oryginalna):

„Komunikat od operatora: informujemy, że od 4 kwietnia 2022 wprowadzamy do Cenników taryf Orange na kartę nową usługę „Utrzymanie numeru w sieci”. Usługa jest

¹¹ Należy w tym miejscu podkreślić, że zgodnie z przedstawionymi wyżej warunkami, pobranie opłaty jest uwarunkowane upływem 31 dni braku aktywności. Bieg terminu rozpoczął się z dniem wprowadzenia opłaty do Cenników tj. z dniem 4 kwietnia 2022 r.

2022 r. Spółka zaniechała stosowania postanowienia w dniu 25 stycznia 2024 r. - tego dnia już nie pobierała Opłaty i poinformowała o tym konsumentów (por. nb. 54-60).

Dowód: pismo Orange Polska z dnia 22 marca 2022 r., k.: 30-118, pismo Spółki z dnia 21 marca 2024 r., k.: 352-384, Pismo Orange Polska z dnia 3 marca 2025 r. k.: 400-437

Dane liczbowe

Liczba wykonywanych umów

- [39] Jak ustalił Prezes Urzędu, liczba wykonywanych umów dla wszystkich klientów Orange na kartę przedstawia się następująco (opracowanie własne na podstawie danych przekazanych przez Spółkę):

Nazwa taryfy	Liczba umów			
	12.07.2022	12.07.2023	12.10.2023	26.02.2024
Orange Free na kartę	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx
Orange Yes	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx
Orange POP	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx
Zawsze Bez Limitu	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx
Ekstra Numer	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx
IoT	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx
SUMA	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxx

Dowód: pismo Spółki z dnia 18 lipca 2022 r., k.: 213-218, Pismo Orange Polska z dnia 3 marca 2025 r. k.: 400-437

Wartość doładowań kont abonenckich

- [40] Możliwość korzystania z usług wiąże się z koniecznością znajdowania się w tzw. okresie aktywnym, a także posiadania środków na koncie. Można to uzyskać poprzez doładowanie konta. Łączna wartość doładowań kont abonenckich w okresie od 4 kwietnia 2022 r. do 29 lutego 2024 r. wyniosła xxxxxxxxxxxxxxxxxxx¹³.

Dowód: pismo Spółki z dnia 2 września 2022 r. w sprawie DOZIK-3.611,1.2022, k.: 486-513, pismo Spółki z dnia 3 marca 2025 r. w sprawie DOZIK-3.611,1.2022, k.: 515-531

¹³ Kwota obejmuje doładowania ogółu klientów tj. zarówno tych, którzy zawali umowy przed 4 kwietnia 2022 r., jak i od 4 kwietnia 2022 r.

Liczba wykonywanych umów - klienci Orange Polska przed 4 kwietnia 2022 r.

- [41] Orange Polska wykonuje następującą liczbę umów zawartych w taryfach prepaid. (opracowanie własne na podstawie danych przekazanych przez Spółkę). Przedstawiane dane dotyczą użytkowników, którzy byli klientami Orange Polska przed dniem 4 kwietnia 2022 r. tj. klientów Orange Polska, którym zmieniono umowę.

DATA	Liczba umów w taryfach Orange na kartę (klienci Orange na kartę przed 4 kwietnia 2022 r.)
12.07.2022 r.	XXXXXXXXXXXX
12.07.2023 r.	XXXXXXXXXXXX
10.10.2023 r.	XXXXXXXXXXXX
12.01.2024 r.	XXXXXXXXXXXX
26.02.2024 r.	XXXXXXXXXXXX

Dowód: pismo Spółki z dnia 21 marca 2024 r., k.: 352-384, Pismo Orange Polska z dnia 3 marca 2025 r. k.: 400-437

Przychód w taryfach prepaid - klienci Orange Polska przed 4 kwietnia 2022 r.

- [42] Konstrukcja ofert prepaid polega na tym, że opłaty pobierane są za usługi zgodnie z wykorzystaniem (np. przez wykonywanie połączeń telefonicznych rozliczanych zgodnie z Cennikiem) i za zakupione przez konsumenta pakiety usług (np. pakiety połączeń telefonicznych, pakiety SMS/MMS lub pakiety transmisji danych, a także ewentualne usługi dodatkowe). Konsumenty mogą dysponować zgromadzonymi środkami w dowolny sposób inicjując korzystanie z usług Spółki, a więc np. poprzez wykonywanie połączeń telefonicznych, zakup pakietów lub usług dodatkowych. Przychód, jaki Orange Polska uzyskała w okresie od 4 kwietnia 2022 r. do 28 lutego 2024 r. z tytułu opłat za korzystanie z usług przez konsumentów - klientów, którzy zawarli umowy z Orange Polska przed 4 kwietnia 2022 r., wyniósł xxxxxxxxxxxxxxxx. W przypadku ogółu klientów tj. zarówno tych, którzy zawarli umowy przed 4 kwietnia 2022 r. jak i od 4 kwietnia 2022 r., przychód, jaki Orange Polska uzyskała w okresie od 4 kwietnia 2022 r. do 28 lutego 2024 r. z tytułu opłat za korzystanie z usług wyniósł xxxxxxxxxxxxxxxx.

Dowód: pismo Spółki z dnia 21 marca 2024 r., k.: 352-384, Pismo Orange Polska z dnia 3 marca 2025 r. k.: 400-437, Pismo Orange Polska z dnia 6 listopada 2025 r. k.: 451

Przychód w taryfach prepaid - klienci Orange Polska od 4 kwietnia 2022 r.

- [43] W nb. 39 wskazano ogólną liczbę wykonywanych przez Orange Polska umów zawartych w taryfach prepaid (opracowanie własne na podstawie danych przekazanych przez Spółkę). Poniżej przedstawiono dane dotyczące użytkowników, którzy zostali klientami Orange Polska od dnia 4 kwietnia 2022 r., a więc użytkowników, do których kierowano komunikaty marketingowe i informacyjne zawarte m.in. na stronie internetowej oraz na starterach.
- [44] Konsumenty mogą dysponować zgromadzonymi środkami w dowolny sposób, inicjując korzystanie z usług Spółki, a więc np. poprzez wykonywanie połączeń telefonicznych, zakup pakietów lub usług dodatkowych. Przychód, jaki Orange Polska uzyskała w okresie od 4 kwietnia 2022 r. do 28 lutego 2024 r. z tytułu opłat za korzystanie z usług przez konsumentów

- klientów, którzy zawarli umowy z Orange Polska od 4 kwietnia 2022 r., wyniósł xxxxxxxxxxxxxx. Przychód, jaki Orange Polska uzyskała w okresie od 4 kwietnia 2022 r. do 28 lutego 2024 r. z tytułu opłat za korzystanie z usług przez konsumentów - klientów, którzy zawarli umowy z Orange Polska od 4 kwietnia 2022 r., wyniósł xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Dowód: Pismo Orange Polska z dnia 6 listopada 2025 r. k.: 451, pismo Spółki z dnia 3 marca 2025 r. w sprawie DOZIK-3.611,1.2022, k.: 515-531

Liczba klientów, którym Orange Polska pobrała Opłatę oraz kwota pobranych Opłat - klienci Orange Polska przed 4 kwietnia 2022 r

[45] Stan środków zgromadzonych na koncie abonenckim pomniejsza także pobieranie przez Spółkę Opłaty za brak aktywności. Spółka pobrała Opłatę za utrzymanie numeru co najmniej raz następującej liczbie klientów Orange na kartę, którzy zawarli umowy od 4 kwietnia 2022 r.

- Na 12 lipca 2022 r. - xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
- Na 12 lipca 2023 r. - xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
- Na 10 października 2023 r. - xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
- Na 12 stycznia 2024 r. - xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
- Na 26 lutego 2024 r. - xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Przychód, jaki Orange Polska uzyskała w okresie od 4 kwietnia 2022 r. do 28 lutego 2024 r. z tytułu Opłat za utrzymanie numeru od konsumentów - klientów, którzy zawarli umowy z Orange Polska przed 4 kwietnia 2022 r., wyniósł xxxxxxxxxxxxxx. W przypadku ogółu klientów tj. zarówno tych, którzy zawali umowy przed 4 kwietnia 2022 r. jak i od 4 kwietnia 2022 r. przychód, jaki Orange Polska uzyskała w okresie od 4 kwietnia 2022 r. do 28 lutego 2024 r. z tytułu Opłat za utrzymanie numeru wyniósł xxxxxxxxxxxxxx.

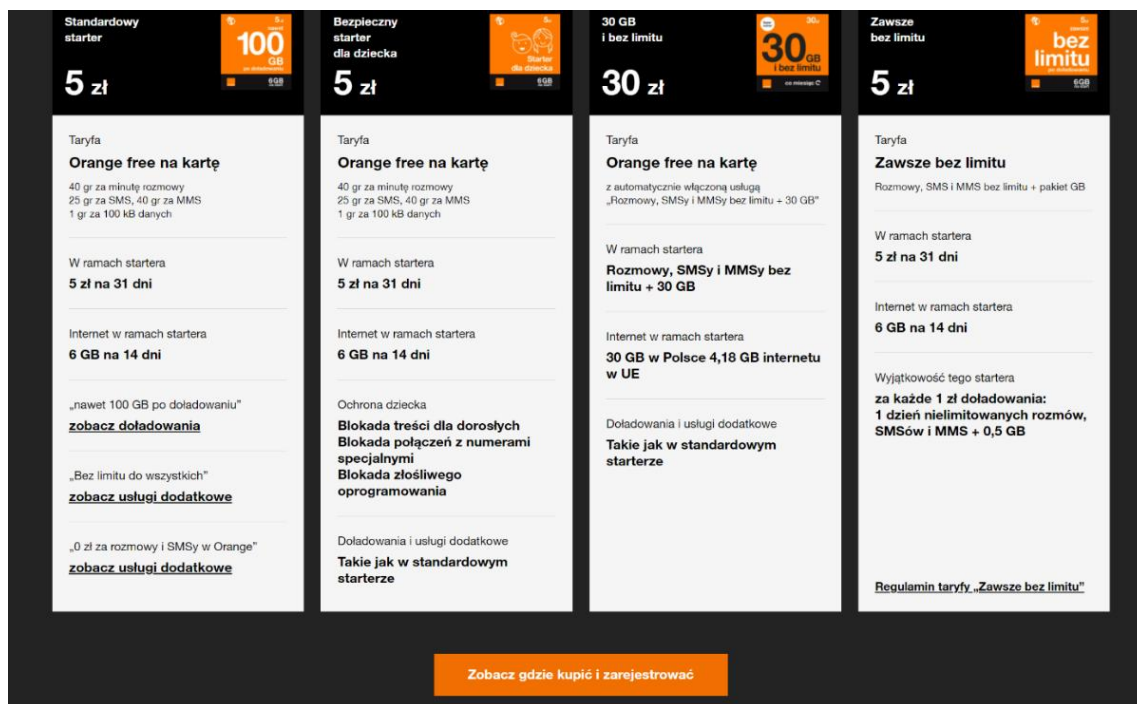
Dowód: pismo Spółki z dnia 21 marca 2024 r., k.: 352-384, Pismo Orange Polska z dnia 3 marca 2025 r. k.: 400-437, Pismo Orange Polska z dnia 6 listopada 2025 r. k.: 451

Liczba klientów, którym Orange Polska pobrała Opłatę za brak aktywności oraz kwota pobranych Opłat - klienci Orange Polska od 4 kwietnia 2022 r.

[46] Stan środków zgromadzonych na koncie abonenckim pomniejsza także pobieranie przez Spółkę Opłaty za brak aktywności. Spółka pobrała Opłatę za utrzymanie numeru co najmniej raz następującej liczbie klientów Orange na kartę, którzy zawarli umowy od 4 kwietnia 2022 r.

- Na 12 lipca 2022 r. - xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
- Na 12 lipca 2023 r. - xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
- Na 10 października 2023 r. - xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
- Na 12 stycznia 2024 r. - xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
- Na 26 lutego 2024 r. - xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx





Zrzut ekranu ze strony <https://www.orange.pl/view/oferta-na-karte> (por. protokół z utrwalenia dowodów elektronicznych z dnia 9 maja 2022 r.)²²

Dowód: protokół z utrwalenia dowodów elektronicznych z dnia 9 maja 2022 r., k.: 124-125

- [64] W czasie pobierania Opłaty z Orange Polska zamieszczała również informacje dotyczące podstawowych kosztów związanych z korzystaniem z oferty na kartę (tj. doładowań konta) na stronie internetowej: <https://doladowania.orange.pl/#stage1>. Na ww. stronie internetowej można było znaleźć podstawowe informacje dotyczące kosztów związanych z korzystaniem z usług oraz porady służące ograniczeniu potencjalnych dodatkowych opłat, Orange Polska informowała tam przede wszystkim o opłatach za doładowania i wynikających stąd korzyściach dla konsumenta, nie wskazywano jednak na możliwość naliczenia Opłaty za utrzymanie numeru. Powyższe ilustruje następujący zrzut ekranu przedstawiający ww. stronę po kliknięciu w przycisk „ważne informacje”:

²² Podobnie: przekazane przez Spółkę zrzuty ekranu w ramach pisma z dnia 9 maja 2022 r.

Doładowanie telefonu

Krok 1 Twój numer i email Krok 2 Kwota doładowania Krok 3 Sposób płatności Krok 4 Potwierdzenie

Twój numer i email

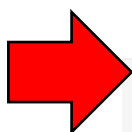
Wpisz nr telefonu Powtórz nr telefonu

[+ Dodaj kolejny numer](#)

Wpisz adres email

Przypomnij mi o doładowaniu

Dalej



Ważne informacje

Ważność bonusu 5GB

Kwota doładowania	5 zł	10 zł*	25 zł**	30 zł**	40 zł	50 zł	100 zł	200 zł
Ilość GB	5	5	5	5	5	5	5	5
Ważność GB	2 dni	5 dni	14 dni	14 dni	14 dni	14 dni	14 dni	14 dni

Ważność konta

Kwota doładowania	5 zł	10 zł*	25 zł**	30 zł**	40 zł	50 zł	100 zł	200 zł
Orange YES, Orange SMART, Orange ONE	Czas na wykonywanie połączeń	5 dni	10 dni	25 dni	30 dni	40 dni	50 dni	100 dni
	Czas na odbieranie połączeń	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy
Orange FREE, Orange POP, Nowe Orange GO	Czas na wykonywanie połączeń	2 dni	5 dni	31 dni	31 dni	40 dni	93 dni	5 m-cy
	Czas na odbieranie połączeń	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy

Taryfa Zawsze bez limitu

Nominal doładowania	5 zł	10 zł	25 zł	30 zł	35 zł	40 zł	50 zł	100 zł	200 zł
Ważność X (czyli połączenia wychodzące oraz ważność pak-u)	5 dni	10 dni	25 dni	30 dni	35 dni	40 dni	50 dni	100 dni	200 dni
Ważność Y (czyli połączenia przychodzące)	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy	12 m-cy

Rozmowy, SMS-y i MMS-y do wszystkich **Bez limitu**

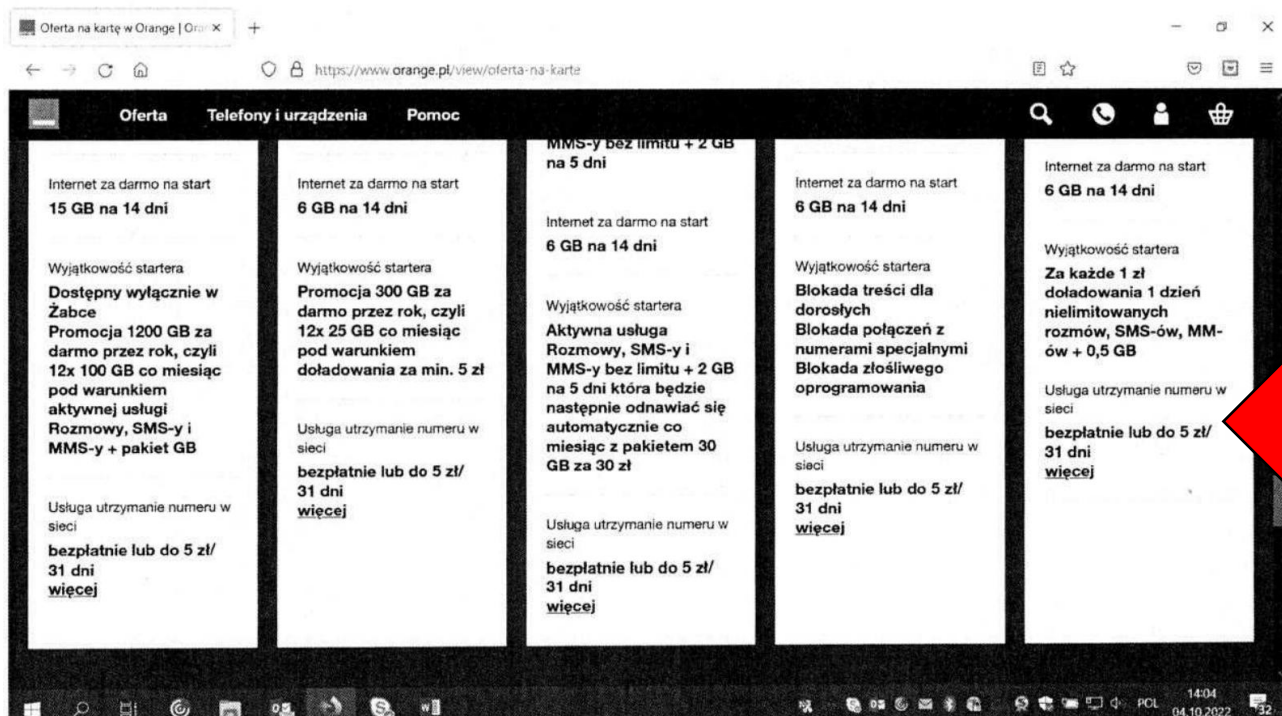
Pakiet Internetu

	2,5 GB	5 GB	15 GB	15 GB	17,5 GB	20 GB	25 GB	50 GB	100 GB

* Dostępne tylko w formie doładowań elektronicznych (terminale, internet, bankomaty)
** Dla Złotona z miesięcznym zobowiązaniem i Minutofona ważność wynosi 31 dni

Zrzut ekranu ze strony <https://doloadowania.orange.pl/#stage1> (por. protokół z utrwalenia dowodów elektronicznych z dnia 9 czerwca 2022 r.). Umieszczona powyżej strzałka wskazuje rozwijający się baner „Ważne informacje”

[65] Dnia 22 września 2022 r. Spółka dodała na stronie internetowej <https://www.orange.pl/view/oferta-na-karte> informację o treści: „Usługa utrzymanie numeru w sieci bezpłatnie lub do 5zł/31 dni więcej”. Po zmianach strona ww. internetowa przedstawiała się następująco.



Strzałka powyżej wskazuje miejsce w którym umieszczono dodatkową informację na stronie internetowej Spółki oraz treść tej informacji.

Dowód: pismo Spółki z dnia 27 października 2022 r., k. 311-321

[66] Od 22 września 2022 r. również na stronie internetowej <https://www.orange.pl/view/kup-starter> wyświetlała się informacja „Usługa utrzymanie numeru w sieci bezpłatnie lub do 5 zł/31 dni więcej”. Orange Polska nie zmieniła w istotny sposób zasad prezentacji w przestrzeni internetowej od tej daty do dnia 25 stycznia 2024 r. (por. nb. 54-60).

Klient Indywidualny ▾ Oferta Sklep Promocja / Offer Pomoc Kontakt

5 zł na 5 dni

49 zł na 2 mies.

299 zł na 12 mies.

Nawet rok Bez limitu w cenie startera

- Takie startery tylko online
- 2 razy więcej GB w usłudze Bez limitu
- 20 GB za każde doładowanie online

Zamów starter online

Starter Orange 5	Starter Orange 49	Starter Orange 299
<p>Na start</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 5 dni rozmowy, SMS-y, MMS-y bez limitu + 2 GB ✓ Internet 6 GB na 31 dni ✓ Konto ważne rok <p>Po 5 dniach</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rozmowy, SMS-y, MMS-y bez limitu + 15 GB <p>Usługa odnawia się automatycznie co miesiąc za 31 zł</p> <p>Cena startera: 5,00 zł</p> <p>Dodaj do koszyka</p>	<p>Na start</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 5 zł na konto ✓ Konto ważne rok <p>Przez 2 miesiące:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rozmowy, SMS-y i MMS-y bez limitu ✓ Internet 100 GB ✓ 5G Pass <p>Po 2 miesiącach</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rozmowy, SMS-y, MMS-y bez limitu + 50 GB <p>Usługa odnawia się automatycznie co miesiąc za 35 zł</p> <p>Cena startera: 49,00 zł</p> <p>Dodaj do koszyka</p>	<p>Na start</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 5 zł na konto ✓ Konto ważne rok <p>Przez 12 miesięcy:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rozmowy, SMS-y i MMS-y bez limitu ✓ Internet 2 TB ✓ 5G Pass <p>Cena startera: 299,00 zł</p> <p>Dodaj do koszyka</p>

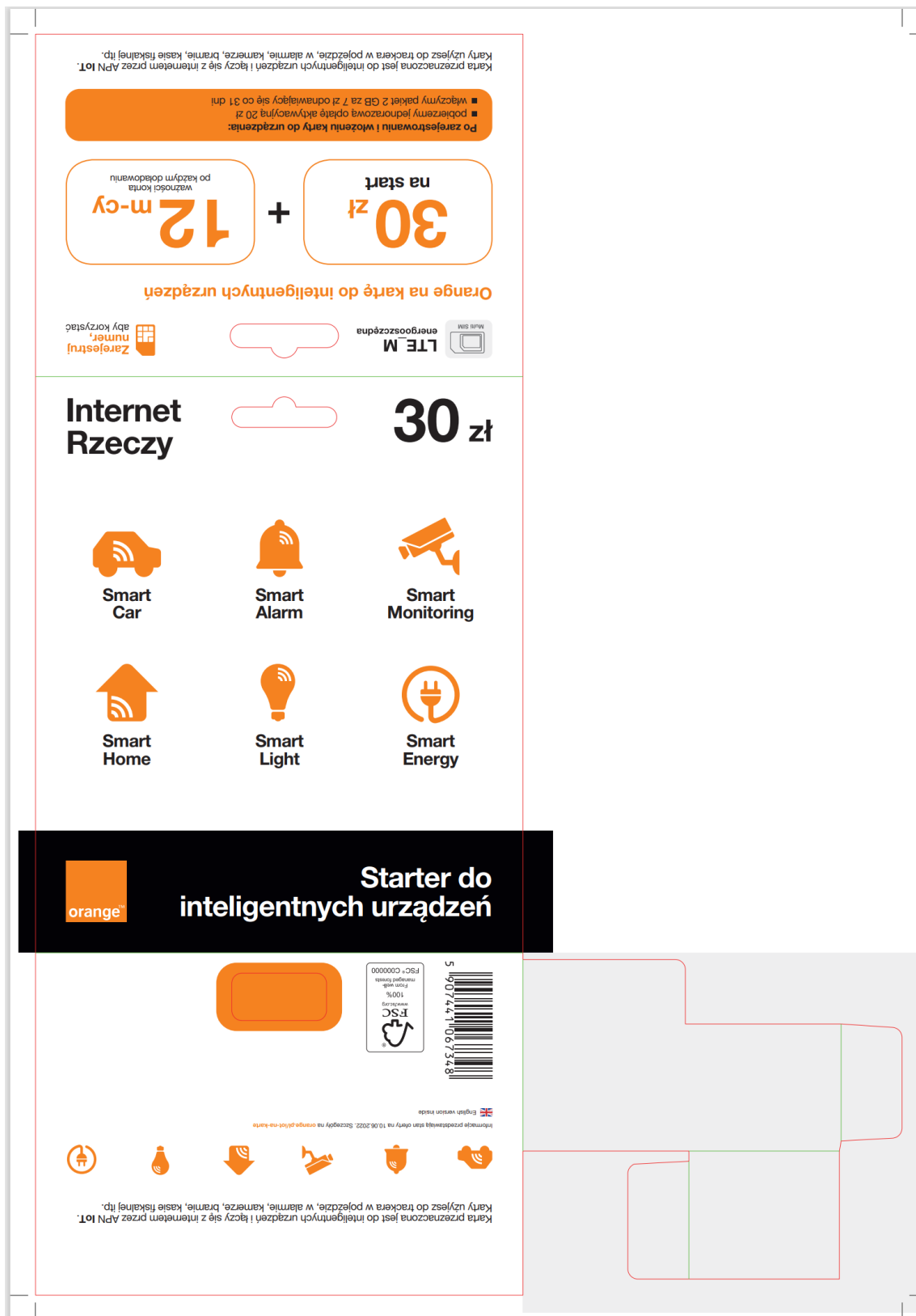
★ Usługa utrzymania numeru w sieci bezpłatnie lub do 5 zł/31 dni (złogaj)

Po zakupie nowy numer możesz wygodnie [zarejestrować online](#)

Zrzut ekranu ze strony <https://www.orange.pl/view/kup-starter> (por. protokół z utrwalenia dowodów elektronicznych z dnia 10 stycznia 2024 r.)

Informacja na starterach

[67] W toku postępowania Prezes Urzędu ustalił, że startery stosowane przez Spółkę w okresie 4 kwietnia 2022 r. - 25 stycznia 2024 r.) nie zawierały informacji o istnieniu i wysokości opłaty za brak aktywności. Obrazują to poniższe, przykładowe materiały (zrzuty prezentują starter przed złożeniem, a zatem kierunek tekstu na części opakowania jest odwrotny - zachowano oryginalną formę materiałów przekazanych przez przedsiębiorcę):



Fragment przykładowego opakowania startera przekazanego przez Spółkę jako załącznik do pisma z dnia 21 marca 2024 r. Fragment przykładowego opakowania startera przekazanego przez Spółkę jako załącznik do pisma z dnia 21 marca 2024 r., nazwa produktu „STARTER IOT 30 EKO 3w1 20SZT”

Useful information

- Starter is dedicated to IoT devices.
- **Register** your SIM card in Orange Store, nearest kiosk or grocery with your ID card or passport and SIM card you want to register.
- After inserting your SIM card you will automatically be charged with 20 PLN activation fee. Also a 2 GB (renewable each 31 days for 7 PLN) package will be activated.
- You get **One Year Account Validity** after each top-up.

Manage your account

- Download My Orange app on your smartphone in order to manage your selected phone number.
- Use orange.pl to log in and manage your number.

Many ways to top up online

- Use **My Orange app**.
- Visit doladowania.orange.pl.
- Directly from your online bank account.

1. Zarejestruj numer

Numer zarejestrujesz w salonie Orange, kiosku, sklepie lub na poczcie. Wystarczy do tego dokument tożsamości oraz karta SIM. Szczegóły na zarejestrujnumer.pl.

2. Po włożeniu karty do urządzenia

- pobierzemy jednorazową opłatę aktywacyjną 20 zł
- włączymy pakiet 2 GB za 7 zł, który odnawia się automatycznie co 31 dni lub po wykorzystaniu gigabajtów z pakietu

Konfiguracja połączenia z internetem

- nazwa punktu dostępu (APN): **IoT**
- protokół APN w kraju i roamingu: **IPv4**

3. Wygodne doładowania online

- w aplikacji **Mój Orange**
- na doladowania.orange.pl
- z konta bankowego

Nasza porada:
Doładuj konto większą kwotą, aby zapewnić środki na kolejne odnowienia pakietu gigabajtów. Pozwoli to na bezobsługowe działanie karty.

4. Zarządzaj swoim numerem

- w aplikacji **Mój Orange** na Twoim smartfonie
- logując się na orange.pl

Z myślą o środowisku:

- zmniejszyliśmy blister karty SIM o połowę redukując zużycie plastiku
- stosujemy papierowe opakowanie certyfikowane w systemie FSC®
- nadruki na opakowaniu wykonujemy z użyciem farb na bazie olejów roślinnych razemdiaplanety.pl

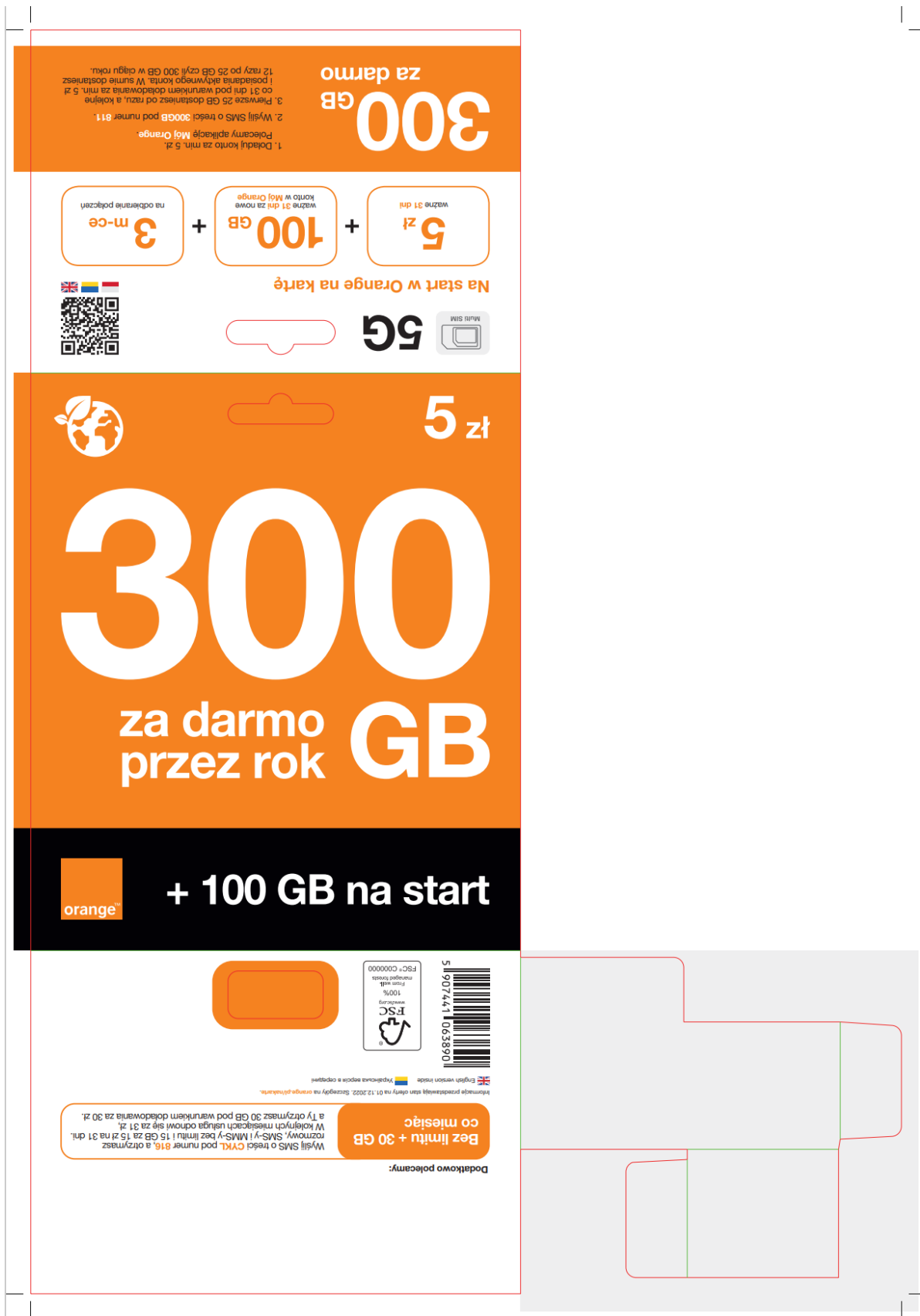
Mój Orange
Wygodnie zarządzaj usługami w aplikacji

Orange Polska S.A. jest administratorem Twoich danych osobowych podanych przy rejestracji numeru. O tym, jak wykorzystujemy Twoje dane i jakie masz prawa, przeczytaj na www.rodoo.orange.pl.

Masz pytania?
Zadzwoń do nas pod numer ***100** lub **510 100 100**

Kod PUK – jest potrzebny, gdy do nas dzwoniisz. Umożliwia odblokowanie karty SIM oraz odzyskanie utraconego numeru np. w przypadku kradzieży telefonu. Zachowaj lub zapamiętaj swój kod PUK.

Fragment przykładowego opakowania startera przekazanego przez Spółkę jako załącznik do pisma z dnia 21 marca 2024 r., nazwa produktu „STARTER IOT 30 EKO 3w1 20SZT”



Fragment przykładowego opakowania startera przekazanego przez Spółkę jako załącznik do pisma z dnia 21 marca 2024 r., nazwa produktu: „STARTER FREE 5 300GB EKO MC 3w1 20SZT”

Useful information:

- Register your SIM card in Orange Store, kiosk or grocery store. Take your ID card or passport and SIM card with you.
- Download **My Orange app**. Here you can top up your account, activate packages and check your balance. App is available in English.
- Activate **300 GB for free**: top up your account and send 300GB to 811. You will get the first 25 GB immediately, the next ones every 31 days on condition of topping up for min. 5 PLN.
- Send **CYKL** to 816 to receive for 31 days unlimited calls, SMS and MMS and 15 GB (cost 15 PLN). In the following months, the service will renew for 31 PLN and you will receive 30 GB if you top up with 30 PLN.

Корисна інформація:

- Зареєструйте цю SIM-карту в салоні Orange або в магазині. Везіть із собою документ, що підтверджує вашу особу. Та SIM-карту.
- Завантажте додаток **Мій Orange** українською мовою. Використовуючи його ви можете поповнити рахунок, активувати послуги та перевірити свій баланс.
- Отримайте **300 GB безкоштовно**: поповніть рахунок і надішліть текст 300GB на номер 811. Перші 25 GB ви отримаєте одразу, а кожні наступні GB – що 31 день за умови поповнення рахунку на мінімум 5 zł.
- Надішліть СМС із текстом **CYKL** на номер 816, щоб отримати 31 днів безлімітних розмов, СМС, ММС та 15 GB (вартість – 15 zł). У наступних місяцях послуга відновлюється за ціною 31 zł. Ви також отримаєте 30 GB, якщо поповните рахунок на 30 zł.

Witaj w Orange na kartę

1. Zarejestruj numer

Numer zarejestrujesz w salonie Orange, w kiosku, w sklepie lub na poczcie.
Weź ze sobą dokument tożsamości oraz kartę SIM. Szczegóły na zarejestrujnumer.pl.

2. Doładuj telefon

- w aplikacji **Mój Orange** – szybko i wygodnie, z dodatkowym bonusem GB
- na doloadowania.orange.pl – zawsze z dodatkowym bonusem GB, a jeśli włączysz Autodoładowanie, to Twój telefon doładuje się sam
- z konta bankowego
- 14-cyfrowym kodem z wydruku z terminala wysłanym pod ***125*14-cyfrowy kod#%**.

3. Sprawdź stan swojego konta

- w aplikacji **Mój Orange**
- *124*#%** – stan i ważność złotych na koncie
- SMS o treści **ILE** pod numer **411** – stan i ważność darmowych GB po doładowaniu (koszt SMS-a w Orange)

4. Włącz 300 GB za darmo. Dodatkowo po każdym doładowaniu otrzymasz automatycznie Internet za darmo.

Doładowanie	5 zł	10 zł	30 zł	50 zł	100 zł	200 zł
Bonus	2,5 GB	5 GB	15 GB	25 GB	50 GB	100 GB
Ważność	2 dni	5 dni	31 dni	93 dni	155 dni	310 dni

Z myślą o środowisku:

- zmniejszyliśmy blister karty SIM o połowę redukując zużycie plastiku
- stosujemy papierowe opakowanie certyfikowane w systemie FSC®
- nadruki na opakowaniu wykonujemy z użyciem farb na bazie olejów roślinnych

razemdlaplany.pl

Mój Orange
Wygodnie zarządzaj usługami w aplikacji

Orange Polska S.A. jest administratorem Twoich danych osobowych podanych przy rejestracji numeru. O tym, jak wykorzystujemy Twoje dane i jakie masz prawa, przeczytasz na www.rodorange.pl.

Masz pytania?
Zadzwoń do nas pod numer ***100** lub **810 100 100**

Kod PUK – jest potrzebny, gdy do nas dzwonisz. Umożliwia odblokowanie karty SIM oraz odzyskanie utraconego numeru np. w przypadku kradzieży telefonu. Zachowaj lub zapamiętaj swój kod PUK.

Fragment przykładowego opakowania startera przekazanego przez Spółkę jako załącznik do pisma z dnia 21 marca 2024 r., nazwa produktu: „STARTER FREE 5 300GB EKO MC 3w1 20SZT”

Reklamacje i zgłoszenia konsumentów

[71] W toku postępowania Prezes Urzędu ustalił, że Spółka otrzymywała reklamacje i/lub zgłoszenia konsumentów związane z pobieraniem Opłaty za brak aktywności. Liczba reklamacji i zgłoszeń od klientów Orange Polska w ofercie Orange na kartę, którzy byli klientami przed dniem 4 kwietnia 2022 r. i kontynuowali umowę po tej dacie przedstawia się następująco:

Rok	Sposób Rozpatrzenia	Liczba
2022	Rozpatrzone pozytywnie	xxxxx
	Rozpatrzone negatywnie	xxxxx
	SUMA	xxxxx
2023	Rozpatrzone pozytywnie	xxxxx
	Rozpatrzone negatywnie	xxxxx
	SUMA	xxxxx
2024 (do 26 lutego 2024)	Rozpatrzone pozytywnie	xxxxx
	Rozpatrzone negatywnie	xxxxx
	SUMA	xxxxx

Liczba reklamacji od klientów Orange Polska w ofercie Orange na kartę, którzy zostali klientami od dnia 4 kwietnia 2022 r. przedstawia się następująco:

Rok	Sposób Rozpatrzenia	Liczba
2022	Rozpatrzone pozytywnie	xxxxx
	Rozpatrzone negatywnie	xxxxx
	SUMA	xxxxx
2023	Rozpatrzone pozytywnie	xxxxx
	Rozpatrzone negatywnie	xxxxx
	SUMA	xxxxx
2024 (do 26 lutego 2024)	Rozpatrzone pozytywnie	xxxxx
	Rozpatrzone negatywnie	xxxxx
	SUMA	xxxxx

Z informacji przekazanych przez Spółkę wynika, że w przypadku pozytywnego rozpatrzenia reklamacji Spółka doładowywała konto klienta kwotą uznanej reklamacji.

Dowód: pismo Spółki z 21 marca 2024 r., k.: 352-384 pismo Spółki z 21 marca 2024 r. w postępowaniu DOZIK-3.611.1.2022 , k.: 476-504

[72] W reklamacjach, składanych do Orange Polska konsumenci wskazywali na to, że Spółka w sposób nagły zmieniła dotychczasowe warunki umów. Zmiana ta w ocenie konsumentów działała na ich niekorzyść, ponieważ nakładała nowe obowiązki, nieuwzględnione

oświadczeniami stron w momencie zawierania kontraktu i dotyczyła już zgromadzonych środków. Skutkiem braku realizacji tych obowiązków było obciążanie kont abonenckich nowymi opłatami. Poniżej wskazano treść przykładowych reklamacji konsumentów (pisownia oryginalna):

Reklamacja konsumenta z dnia 2 maja 2022 r. nr xxxxxxxxxx

„Klient ma numer xxxxxxxxxx od 6 LAT i używa go w czujniku alarmu, z którego nie można bezpośrednio wysłać sms, wykonywać połączeń, ani korzystać z internetu. Specjalnie wysłanie sms czy uruchomienie czujnika powoduje przyjazd ochrony czego klient nie chce. Klient również nie ma możliwości raz w miesiącu wyciągnięcia karty z tego czujnika i przekładania w telefon aby jakąś czynność wykonać. Klient prosi wyłączenie tej usługi, która za brak aktywności pobiera 5zł lub prosi o kontakt bezpośrednio od działu technicznego na numer xxxxxxxxxx w celu znalezienia rozwiązania dla tego problemu.”

Reklamacja konsumenta z dnia 13 maja 2022 r. nr xxxxxxxxxx

„Dotyczy usługi Konto ważne rok. Kl domaga się złożenia skargi z powodu pozbawienia praw nabytych przy zakupie kart Priepeid- xxxxxxxxxx xxxxxxxxxx xxxxxxxxxx xxxxxxxxxx. Kl żąda przewrócenia zasad funkcjonowania kont wyżej wpisanych i nie wyraża zgody na pobieranie kwoty 5 zł za okres braku aktywności na koncie, na co nie wyraża zgody. Jednocześnie KL żąda zwrotu środków z wyżej wymienionych kart których w chwili obecnej ich nie ma. Kl informuje że w przypadku braku reakcji w ustawowym terminie skieruje sprawę do sądu i do Komisji Nadzoru Elektronicznego.”

- [73] Klienci Spółki zwracali także uwagę na brak odpowiedniej komunikacji jeżeli chodzi o zasady pobierania opłat za brak aktywności. Skutkiem braku realizacji tych obowiązków było obciążanie kont abonenckich opłatami za brak aktywności, pomimo że konsumenci nie byli świadomi ich naliczania. Poniżej wskazano treść przykładowych reklamacji konsumentów (pisownia oryginalna):

Reklamacja konsumenta z dnia 12 maja 2022 r. nr xxxxxxxxxx

„Klientka twierdzi, że nie została poinformowana o nowej polityce Orange, m.in wprowadzeniu usługi Utrzymanie numeru w sieci, została postawiona przed faktem dokonanym, gdy dostała SMS, że naliczona została opłata 5zł za niekorzystanie numeru w sieci. Prosi o zwrot środków za ten miesiąc, gdyż nie została poinformowana o zmianie.”

Reklamacja konsumenta z dnia 11 maja 2022 r. nr xxxxxxxxxx

„Kl pobrało 5 zł na utrzymanie numeru. Twierdzi, że nie został o tym poinformowany i nie zgadza się z tą opłatą. Prosi o zwrot.”

Dowód: pismo Spółki z dnia 2 września 2022 r., k.: 249-310, pismo Spółki z 21 marca 2024 r., k.: 352-384 pismo Spółki z 21 marca 2024 r. w postępowaniu DOZIK-3.611.1.2022 , k.: 476-504

- [74] W sygnałach napływających do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów konsumenci kwestionowali sposób ukształtowania Opłaty oraz sposób jej wprowadzenia. Poniżej wskazano treść przykładowych sygnałów konsumentów dotyczących ww. Opłaty (pisownia oryginalna):

Wiadomość e-mail konsumenta z dnia 11 października 2022 r., RPW/65854/2022, k.:564

„Sprawa dotyczy wprowadzenia usługi dla wszystkich posiadaczy numeru na kartę w Orange o której poinformowali tylko na swojej stronie internetowej: (<https://www.orange.pl/omnibook/nowa-usluga-utrzymanie-numeru-w-sieci-zmiana-cennikow-orange-na-karte>). Pobierana jest opłata 5 zł za tzw. utrzymanie numeru w sieci. Usługa ta została wprowadzona dla wszystkich korzystających z numeru na kartę bez ich poinformowania o tej usłudze, a wiadomość SMS przychodzi dopiero po fakcie pobrania kwoty 5 zł (a nie było żadnej wiadomości informującej, że będzie podrana taka kwota ani nie było w ogóle wiadomości o wprowadzeniu takiej usługi). Wszyscy dowiedzieli się o tej usłudze dopiero kiedy pobrano bezprawnie ich środki: (treść SMS: "Przez ostatnie 30 dni nie korzystales aktywnie ze swojego telefonu. W związku z tym jutro pobierzemy opłatę za utrzymanie numeru w sieci 5 zł").”

Wiadomość e-mail konsumenta z dnia 16 grudnia 2022 r., RPW/83515/2022, k.: 566

„Dzień dobry.

Chciałem zgłosić interwencję w sprawie bezprawnych działań Orange Polska do UOKiK.

Firma telekomunikacyjna Orange jak zwykle próbuje zarobić pieniądze na oszustwie. Sprawa dotyczy wprowadzenia usługi dla wszystkich posiadaczy numeru na kartę w Orange o której poinformowali tylko na swojej stronie internetowej: (<https://www.orange.pl/omnibook/nowa-usluga-utrzymanie-numeru-w-sieci-zmiana-cennikow-orange-na-karte>). Pobierana jest opłata 5 zł za tzw. utrzymanie numeru w sieci. Usługa ta została wprowadzona dla wszystkich korzystających z numeru na kartę bez ich poinformowania o tej usłudze, a wiadomość SMS przychodzi dopiero po fakcie pobrania kwoty 5 zł (a nie było żadnej wiadomości informującej, że będzie podrana taka kwota ani nie było w ogóle wiadomości o wprowadzeniu takiej usługi). Wszyscy dowiedzieli się o tej usłudze dopiero kiedy pobrano bezprawnie ich środki: (treść SMS: "Przez ostatnie 30 dni nie korzystales aktywnie ze swojego telefonu. W związku z tym jutro pobierzemy opłatę za utrzymanie numeru w sieci 5 zł"). Jest to niezgodne z prawem, bo na stronie UOKiK wyraźnie zaznaczono: *"- Zgodnie z ustawą o prawach konsumenta, włączenie dodatkowo płatnych usług musi się odbyć za wyraźną zgodą abonenta. Powinno do tego dojść najpóźniej w chwili wyrażenia przez niego woli zawarcia umowy, a nie na samym końcu tego procesu. Tego obowiązku nie spełnia przekazanie informacji o włączeniu usług w umowie czy też o tym, że trzeba je dezaktywować - już po ustaleniu warunków"*

Proszę o zbadanie sprawy przez UOKiK o bezprawne pobieranie opłat, o braku poinformowania o tym swoich użytkowników i o zwrocie wszystkich zagrabionych środków z kont użytkowników na kartę w Orange oraz nałożenie odpowiedniej kary dla Orange.”

Wiadomość e-mail konsumenta z dnia 17 stycznia 2023 r., RPW/7772/2023, k.:568

„zauważyłem nieprawidłowość po stronie Orange.pl. Z moich obserwacji Orange.pl zapowiada pobieranie opłaty w wysokości 5zł miesięcznie za tzw. utrzymanie konta (Orange Free na Kartę), jeżeli nie jest ono używane aktywnie, jednocześnie Orange.pl blokuje możliwość aktywnego używania już po upływie 5 dni przy doładowaniu kwotą 5 zł, mimo posiadanych przez klienta środków na koncie. W mojej ocenie naruszane jest prawo konsumenta. Uważam, że operator nie może wymagać aktywności i blokować ją (środki na koncie klienta) jednocześnie. Proszę o opinię w tej sprawie.”

Wiadomość e-mail konsumenta z dnia 21 stycznia 2023 r., RPW/7092/2023, k.: 567

„Kilka miesięcy temu w sieci Orange w usłudze na kartę pojawiła się opłata za utrzymanie numeru: <https://www.orange.pl/view/utrzymanie-numeru>

Naruszenie zakazu określonego w art. 24 uokik

- [79] 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. Konsumentem w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową [art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. kodeks cywilny (Dz.U. z 2025 r. poz. 1071, dalej również: „kc”) w zw. z art. 4 pkt 12 uokik].
- [80] 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.

Status przedsiębiorcy

- [81] Zgodnie z definicją przedsiębiorcy, zawartą w art. 4 pkt 1 uokik pod pojęciem tym należy rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2024 r. poz. 236 ze zm.). W myśl art. 4 ust. 1 ww. ustawy, przedsiębiorcą 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).
- [82] Orange Polska spółka akcyjna z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego 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. W związku z prowadzoną działalnością Spółka świadczy konsumentom usługi telekomunikacyjne, w zakresie dostępu do Internetu, telewizji kablowej oraz telewizji satelitarnej, telefonii stacjonarnej oraz komórkowej. Spółka prowadzi działalność gospodarczą we własnym imieniu nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik.
- [83] Tym samym Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub z dobrymi obyczajami

- [84] Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sankcjonowane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem. Sprzeczność z prawem działania lub zaniechania przedsiębiorcy może być ujmowana jako zachowanie niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa stanowionego. 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 zawiniony.
- [85] 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 2023 r. poz. 845, dalej również: „upnpr”), która jednocześnie godzi w zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.
- [86] Zgodnie z art. 3 upnpr, zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych. Jak wynika z 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.
- [87] 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.
- [88] W ocenie Prezesa Urzędu, praktyka Spółki wskazana w pkt I.1 rozstrzygnięcia Decyzji, polegająca na jednostronnej zmianie warunków umów zawartych z konsumentami była sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształcała zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta, a w konsekwencji mieści się we wspomnianej powyżej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej. Uzasadnienie tego stanowiska zostało przedstawione w nb. 97-137 Decyzji.
- [89] Praktyka opisana w pkt I.2. rozstrzygnięcia Decyzji polegająca na nieprzekazywaniu na opakowaniach starterów i stronie internetowej Orange Polska istotnej z perspektywy konsumenta informacji o tym, iż w określonych okolicznościach Spółka może obciążyć konsumenta Opłatą za brak aktywności mogło wprowadzać w błąd konsumentów. Uzasadnienie tego stanowiska zostało przedstawione w nb. 138-157 Decyzji.
- [90] Rozważenia przy ocenie możliwości przypisania przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga 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 zawiniony.

Model przeciętnego konsumenta

- [91] Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym odwołuje się do pojęcia 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.
- [92] 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 (w tym usługi) informacji, przekazywanej w sposób niewprowadzający w błąd, a także do rzetelnego i uczciwego traktowania przez przedsiębiorcę. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech konsumenta (jego „przeciętność”) polegających 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.
- [93] W niniejszej sprawie brak jest przesłanek do uznania, że zakwestionowana przez Prezesa Urzędu praktyka Spółki skierowana była do szczególnej grupy konsumentów. Stronami umów o świadczenie przez Orange Polska 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 praktyki 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 Przedsiębiorca będzie świadczyć oferowane usługi profesjonalnie i z zachowaniem należytej staranności oraz nie będzie naruszać prawa.
- [94] Grupę kontrahentów Orange Polska tworzą osoby korzystające z usług telekomunikacyjnych. Usługi świadczone w formule prepaid stanowią usługi mobilne, a zatem nie jest konieczne sprecyzowanie miejsca ich świadczenia. Procedura zawarcia umowy nie jest skomplikowana, Spółka umożliwia dokonanie tego w salonie, przez Internet a także za pomocą tzw. starterów, które można zakupić np. w kioskach. Zawarcie umowy nie wiąże się z zaciągnięciem zobowiązania w dużej wysokości tak jak ma to miejsce np. w umowach abonamentowych. Tę formę korzystania z usług telekomunikacyjnych często wybierają osoby rzadziej korzystające z usług, które cenią sobie pewną elastyczność i którym nie są potrzebne usługi typu „bez limitu”. Oferta na kartę cechuje się tym, że to konsument decyduje, o ile powiększy wartość środków na koncie abonenckim, a następnie w jakim

zakresie będzie korzystał z tych środków. Przeciętny konsument korzysta z usług prepaid również w sposób „pasywny”, tj. do odbierania połączeń.

- [95] Prezes Urzędu przy konstruowaniu modelu przeciętnego konsumenta, wziął pod uwagę, że umowy o świadczenie takich usług mogą być zawarte przez wszystkich konsumentów. Odbiorcami informacji prezentowanych na starterach oraz na stronie internetowej Spółki 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. Przeciętny konsument nie ma również wiedzy w zakresie tego, czy przedsiębiorca może zmieniać warunki umowy i bazuje w tym zakresie na informacjach otrzymywanych od przedsiębiorcy.
- [96] Zgodnie z orzecznictwem Sądu Apelacyjnego²⁴ „Trzeba pamiętać, że konsument, nawet ostrożny i uważny, działa w pewnym zaufaniu do profesjonalisty - przedsiębiorcy, co jest połączone ze słabszą pozycją konsumenta jako uczestnika obrotu. Dlatego nawet przeciętny konsument, odpowiadający modelowi określonymu w art. 2 pkt 8 upnpr, może zostać wprowadzony w błąd co do treści oferty operatora telefonii komórkowej. Co więcej, ten rodzaj konsumentów należy do kategorii konsumentów przynależnych do grupy szczególnie podatnej na praktykę rynkową ze względów społecznych, kulturowych bądź językowych. Wiąże się to z tym, że w przypadku usług telefonii komórkowej podstawowym czynnikiem, którym kierują się konsumenci przy wyborze operatora, jest cena usługi”.

Ocena praktyki opisanej w pkt I.1 Decyzji

- [97] Kwalifikacja działania przedsiębiorcy jako nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 4 ust. 1 upnpr 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. Model przeciętnego konsumenta na gruncie niniejszej sprawy został ustalony powyżej, zatem poniżej zostaną omówione przesłanki: naruszenia dobrych obyczajów przez Spółkę oraz istotnego zniekształcenia lub możliwości zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z dobrymi obyczajami

- [98] W ocenie Prezesa Urzędu praktyka Spółki wskazana w pkt I.1 Decyzji, tj. jednostronna zmiana z dniem 4 kwietnia 2022 r. warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych z konsumentami w modelu przedpłaconym poprzez wprowadzenie Opłaty za utrzymanie numeru, pomimo braku podstawy ustawowej lub przesłanki umownej umożliwiających dokonanie przez Orange Polska takiej modyfikacji w trakcie trwania umów mieści się we wspomnianej powyżej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej.

²⁴ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 8 marca 2017 r., sygn. akt VI ACa 1644/15

- [99] Pojęcie „dobrych obyczajów” wskazane w art. 4 ust. 1 upnr stanowi klauzulę generalną podlegającą konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nie zawiera definicji normatywnej pojęcia „dobrych obyczajów”. Jest ono natomiast przedmiotem licznych opracowań doktryny oraz orzecznictwa. Jak wskazuje się w judykaturze: „dobrym obyczajem jest szeroko rozumiany szacunek do drugiego człowieka, oparty na regule postępowania zgodnego z zasadami etyki, moralności i aprobowanymi społecznie obyczajami. Do dobrych obyczajów zaliczyć należy, w szczególności, następujące wartości: uczciwość, szczerłość, lojalność, rzetelność i fachowość. Natomiast jako sprzeczne z dobrymi obyczajami należy rozumieć działania, które uniemożliwiają realizację tych wartości, w tym także działania prowadzące do dezinformacji lub wywołania u konsumenta błędnego mniemania, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności, ukształtowania stosunku zobowiązaniowego niezgodnie z zasadą równorzędności stron, czyli działania powszechnie uznawane za nieuczciwe, nierzetelne lub sprzeczne z akceptowanymi standardami postępowania. Przy czym wchodzi tu w grę nie tylko działania naruszające interesy ekonomiczne konsumenta, lecz również sytuacje, w których zostanie spowodowany u niego dyskomfort, próżny trud, wynikające z naruszenia prywatności, wygody, poczucia godności osobistej, nałożenia uciążliwych obowiązków, czy braku satysfakcji z zawarcia umowy określonej treści”²⁵.
- [100] Nie należy przy tym tracić z pola widzenia faktu, że art. 4 ust. 1 upnr stanowi transpozycję art. 5 ust. 2 dyrektywy 2005/29/WE²⁶ do polskiego porządku prawnego. Odpowiednikiem polskiej klauzuli dobrych obyczajów na gruncie wspomnianej dyrektywy jest zasada staranności zawodowej, która oznacza standard dotyczący szczególnej wiedzy i staranności, których można w racjonalny sposób oczekiwać od przedsiębiorcy w jego relacjach z konsumentami, zgodnie z uczciwymi praktykami rynkowymi i/lub ogólną zasadą dobrej wiary w zakresie jego działalności (por. art. 2 lit. h dyrektywy 2005/29/WE). Wykładnia pojęcia dobrych obyczajów powinna być zatem dokonywana w świetle brzmienia i celów ww. dyrektywy oraz zastosowanego tam pojęcia staranności zawodowej²⁷. W literaturze przedmiotu podnosi się przy tym, że „wykładania zgodna [interpretacja prawa krajowego w zgodzie z prawem unijnym] realizuje się w ramach stosowania prawa, to zaś nie pozostaje domeną sądów, lecz dotyczy także organów administracji umocowanych do wydawania decyzji administracyjnych”²⁸.
- [101] W niniejszej sprawie dobre obyczaje obejmują wymóg lojalności i uczciwości przedsiębiorcy wobec konsumenta, wymóg dotrzymywania zawartych umów, zakaz nadużywania posiadanej przewagi rynkowej, zakaz kształtowania stosunku prawnego w sposób umożliwiający jego dowolną modyfikację przez silniejszą stronę kontraktu. Wynika stąd wymóg niedokonywania w zawartych z konsumentami umowach jednostronnych zmian bez wyraźnej, uzasadnionej podstawy zawartej w przepisach prawa lub w treści umowy w formie prawidłowo sformułowanej klauzuli modyfikacyjnej.

²⁵ Por. np. Wyrok Sądu Apelacyjnego z dnia 18 marca 2021 r., sygn. akt VII Aga 217/19

²⁶ Por. A. Wiewiórowska-Domagalska, A. Kunkiel-Kryńska, art. 4, nb. 13 [w:] Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, red. dr hab. Konrad Osajda, 2019.

²⁷ Por. A. Wiewiórowska-Domagalska, A. Kunkiel-Kryńska, art. 4, nb. 13 [w:] Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, red. dr hab. Konrad Osajda, 2019.

²⁸ Por. A. Sołtys, Obowiązek wykładni prawa krajowego zgodnie z prawem unijnym jako instrument zapewnienia efektywności prawa Unii Europejskiej, Warszawa 2015, s. 214.

- [102] W ocenie Prezesa Urzędu naruszenie ww. dobrych obyczajów przez Spółkę polega na jednostronnym dodaniu do Cenników postanowienia, które upoważniało do weryfikacji aktywności klienta oraz pobierania opłat w sytuacji, gdy konsument nie osiągnął wymaganego progu aktywności. Takie zmiany Orange Polska określiła „dodaniem nowej usługi”²⁹. Konsument nie miał wpływu na wprowadzenie zmian oraz na „aktywację” usługi utrzymania konta. Wprowadzone warunki przewidywały jedynie, że po spełnieniu określonych warunków z konta abonenckiego zostanie pobrana Opłata.
- [103] W ocenie Prezesa Urzędu treść wprowadzonych postanowień, w szczególności obowiązkowy charakter Opłaty (lub konieczność wykonania oczekiwanych aktywności) przemawia za oceną, że Spółka zmieniła warunki umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych na czas nieoznaczony bez istnienia w tych umowach przesłanek, które umożliwiałyby przedsiębiorcy taką zmianę, a następnie wykorzystwała te postanowienia dla pobrania dodatkowych opłat od konsumentów. Zmiany tej nie można jednocześnie, wbrew twierdzeniom Spółki, uznać za „dodanie nowej usługi”. Uruchomienie Opłaty za „usługę” utrzymania numeru w sieci na żadnym etapie nie wiązało się z jakimkolwiek działaniem konsumenta. Opłaty nie można było dezaktywować. Niepobranie przez Spółkę Opłaty wiązało się wyłącznie ze spełnieniem z góry ustalonych warunków (tj. wykazaniem się odpowiednim, określonym przez Orange Polska stopniem „aktywności”). Oznacza to, że pobranie Opłaty nie było uwarunkowane podjęciem przez konsumenta decyzji o chęci skorzystania z „usługi” lub przyznania możliwości skorzystania z niej.
- [104] Spółka pobierała Opłatę za utrzymaniu numeru także w przypadku, gdy klient uprzednio aktywował dodatkowo płatną usługę Konto Ważne Rok, w wyniku której konsument zyskiwał okres aktywny na 12 miesięcy. KWR nie było uznawane przez Orange Polska za aktywność a w konsekwencji tego nie zwalniało z pobierania Opłaty. Powyższe sprawiało, że zakupiona już usługa Konto Ważne Rok traciła swoje gospodarcze znaczenie.
- [105] Uczciwość w relacji z konsumentami nakazuje przedsiębiorcy utrzymywanie warunków wykonywania usług wskazanych w umowie, a wszelkie ewentualne, następcze i jednostronne modyfikacje warunków umowy, o ile nie mają podstawy ustawowej, powinny zostać precyzyjnie określone w postanowieniach umownych, w postaci klauzuli modyfikacyjnej, aby konsument - zawierając umowę o świadczenie usługi telekomunikacyjnej - mógł przewidzieć, pod jakimi warunkami możliwa jest ich zmiana. Dopiero ziszczenie się określonej przesłanki wskazanej w klauzuli modyfikacyjnej zezwalałoby przedsiębiorcy na dokonanie zmian w zawartym kontrakcie.
- [106] W toku postępowania Spółka wskazywała na to, iż przepisy ustawowe sektorowe tj. art. 61 ust. 5¹ ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. z 2024 r. poz. 34, dalej jako: „pt”)³⁰ przewidują możliwość wprowadzenia zmiany w Cenniku przypadku gdy: wynika ona bezpośrednio ze zmiany przepisów prawa, powoduje obniżenie cen usług telekomunikacyjnych, dodanie nowej usługi lub wynika z decyzji Prezesa UKE, wskazując przy tym, iż Orange Polska zmieniła cenniki taryf przedpłaconych poprzez dodanie nowej usługi. Jak wskazano wyżej, cechy wprowadzanego postanowienia nie pozwalają, aby uznać je za dodatkową usługę w rozumieniu cytowanego wyżej przepisu. W przypadku

²⁹ Informacja o planowanej na 4 kwietnia 2022 r. zmianie wzorców umów zamieszczona na stronie internetowej Spółki w dniu 3 marca 2022 r por. nb. 33.

³⁰ Przepisy stosowane w dacie wprowadzenia zmian.

przedmiotowej Opłaty nie dochodzi do powstania po stronie Spółki jakichkolwiek niewystępujących wcześniej obowiązków do wykonywania czynności faktycznych, w szczególności konsument nie uzyskuje żadnych nowych funkcjonalności związanych z mającą miejsce modyfikacją.

- [107] Wprowadzona jednostronnie Opłata dotyczy czynności, które Spółka już wykonywała z uwagi na inne obowiązki operatora telekomunikacyjnego wynikające z Regulaminu³¹. Potwierdza to treść opublikowanego przez Orange Polska komunikatu oraz warunkach zawartych w Cennikach, gdzie brakuje informacji co do tego, jakie dodatkowe korzyści lub świadczenia będą przyznawane w związku z aktywowaniem i świadczeniem „usługi”. Nie istnieją zatem jakiegokolwiek nowe elementy zobowiązania kreujące obowiązki po stronie Spółki. Dodanie nowej usługi ze swej natury powinno przejawiać się zaistnieniem po stronie Spółki niewystępujących wcześniej obowiązków względem konsumentów, co w okolicznościach niniejszej sprawy nie nastąpiło.
- [108] W sytuacji braku ustawowej podstawy do dokonania zmian w umowie dobry obyczaj uzależnia zatem dopuszczalność jednostronnej zmiany elementów danego stosunku umownego od zamieszczenia w umowie odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej. Nakazuje on sformułowanie klauzuli modyfikacyjnej spełniającej określone standardy, tj. precyzującej w sposób dostateczny przesłanki wprowadzenia zmian warunków zawartych umów i ich zakres. Ponadto ewentualne zmiany warunków umów powinny mieć uzasadniony charakter, zakres odpowiadający ich przyczynom, i uwzględniać wymóg poszanowania natury stosunku prawnego. Okoliczności takie powinny być na tyle precyzyjnie określone, aby nie pozostawiać przedsiębiorcy zbyt szerokiego pola do podejmowania arbitralnej decyzji, umożliwiając mu dowolną interpretację przesłanek dokonania zmian warunków umów.
- [109] Klauzula modyfikacyjna powinna w sposób precyzyjny, jednoznaczny i zrozumiały wskazywać okoliczności faktyczne warunkujące możliwość dokonania zmiany umowy. Powyższa zasada wynika z zasady *pacta sunt servanda*. Potwierdza ją również art. 385³ pkt 10 kc, który pozwala uznać za klauzulę abuzywną, postanowienie uprawniające przedsiębiorcę do jednostronnej zmiany umowy bez ważnej przyczyny wskazanej w tej umowie.
- [110] Wymogi stawiane klauzulom modyfikacyjnym uwzględniają charakter poszczególnych umów. Umowa zawarta na czas nieoznaczony jest stosunkiem kontraktowym otwartym, który może zostać wypowiedziany przez każdą ze stron bez dodatkowych konsekwencji finansowych dla konsumenta. Odmienne sytuacja kształtuje się w przypadku umów zawieranych na czas oznaczony. W ograniczonym czasowo stosunku kontraktowym strony umawiają się na ściśle określone warunki.
- [111] W obydwu przypadkach wymogiem minimalnym, który powinien zostać spełniony przez przedsiębiorcę dokonującego jednostronnej zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na podstawie umowy, jest zamieszczenie odpowiednich klauzul modyfikacyjnych w stosowanych przez niego wzorcach umownych. Klauzule modyfikacyjne

³¹ Trudno uznać, aby przedmiotem dodanej „usługi” mogło być pozostawanie w gotowości do świadczenia usług, w sytuacji gdy obowiązek ten wynika ze specyfiki oferty prepaid (pozostawianie w gotowości do świadczenia usługi jest konieczne, aby w ogóle możliwe było realizowanie usług na żądanie konsumenta) oraz z (obowiązującego przez cały okres od wprowadzenia Opłaty) §11 Regulaminu, który dodatkowo uszczegóławia rodzaje działań, jakie konsument może wykonywać w ramach korzystania z usług. Z Regulaminu wynika, że konsument może swobodnie korzystać z usług (Regulamin nie nakłada na konsumenta żadnych obowiązków w zakresie aktywności), jeżeli tylko znajduje się w jednym z dwóch okresów (aktywnym lub pasywnym).

przewidziane w umowach zawieranych na czas nieoznaczony mogą jednak zapewniać większą elastyczność stosunku prawnego. W przypadku umów zawartych na czas oznaczony co do zasady istotne elementy i postanowienia ich dotyczące nie powinny ulegać zmianie.

- [112] Ukształtowanie warunków umowy w niniejszej sprawie, tj. sytuacja, w której płatność za doładowanie dokonywana jest przez konsumenta z góry uzasadnia przyjęcie, że zawarta przez konsumentów umowa wywołuje, w okresie do wyczerpania wykupionego doładowania, skutki zbliżone do umowy zawartej na czas oznaczony (wprowadzona Opłata wpływała na zużycie już zgromadzonych środków).
- [113] W konsekwencji przedmiotowe stosunki umowne charakteryzują się mniejszą elastycznością niż umowa na czas nieoznaczony. Z uwagi na sposób ukształtowania warunków umowy o świadczenie usług przedpłaconych, za niedopuszczalną uznać należy zmianę zasad korzystania przez konsumenta ze zgromadzonych środków w okresie do wyczerpania wartości doładowania lub pakietu, nawet przy założeniu istnienia w umowie nieabuzywnej klauzuli modyfikacyjnej.
- [114] Klauzula modyfikacyjna musi spełniać pewne minimalne standardy, w tym w szczególności powinna być na tyle sprecyzowana, aby była w stanie uchronić adherenta przed arbitralnością proponenta³². Jednocześnie nie może ona uprawniać do dokonania takich zmian, które naruszałby istotne elementy umowy (z uzasadnienia - wyroku Sądu Najwyższego o sygn. akt I NSK 4/18). Jak wskazał Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej: „Trybunał” lub „TSUE”) w wyroku z dnia 26 kwietnia 2012 r. w sprawie C-472/1027: „przy dokonywaniu oceny nieuczciwego charakteru w rozumieniu art. 3 dyrektywy zasadnicze znaczenie ma możliwość przewidzenia przez konsumenta, w oparciu o jasne i zrozumiałe kryteria, zmian, jakie przedsiębiorca może wprowadzić do wzorca umowy w zakresie dotyczącym opłat związanych ze świadczoną usługą”.
- [115] Wymóg precyzyjnego, jednoznacznego i zrozumiałego sformułowania przesłanek warunkujących zmiany umowy nie oznacza konieczności kazuistycznego ich uregulowania. Oczekiwany działaniem przedsiębiorcy jest niepoślugiwanie się przez przedsiębiorcę niejasnymi sformułowaniami, które można interpretować w dowolny sposób lub klauzulami blankietowymi. Powyższa dowolność interpretacji może powodować, że zmiana umowy będzie uzależniona od wyłącznej woli przedsiębiorcy, tymczasem jak wskazano w wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie (Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów) z dnia 25 września 2012 r.: „przyznanie silniejszej stronie umowy, prawa do zmiany umowy (w drodze zmiany wzorca umowy) w każdej sytuacji powoduje naruszenie równowagi kontraktowej stron, gdyż oznacza, że tylko jedna strona ma prawo kształtować stosunek prawny i to w sposób dowolny, a więc taki, jaki uzna za stosowny, zaś druga żadnego wpływu na to nie ma. W takiej sytuacji nie została w żaden sposób wyważony interes stron umowy”.
- [116] Klauzule modyfikacyjne powinny w sposób transparentny określać przesłanki i kryteria możliwych jednostronnych zmian warunków umowy ze strony przedsiębiorcy. Wymóg ten należy rozumieć w ten sposób, że zawarta w umowie klauzula modyfikacyjna powinna wskazywać stany faktyczne, w których może dojść do jednostronnej zmiany stosunku prawnego, oraz kryteria takich zmian przez odniesienie się do pewnych (możliwie skonkretyzowanych) kategorii takich sytuacji.

³² Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 15 lutego 2019 r., sygn. akt I NSK 4/18, Legalis nr 1877641.

[117] Obowiązek zamieszczenia odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej - jest szeroko akceptowany w doktrynie, w której również podkreśla się, że taka klauzula nie powinna mieć charakteru blankietowego, ponieważ legitymizuje działania jednej ze stron umowy wpływające na prawa i obowiązki drugiej z nich³³. Podobne stanowisko prezentowane jest również w orzecznictwie, w którym wskazuje się, że zmiana treści stosunku zobowiązaniowego przez związanie wzorcem wydanym w czasie trwania tego stosunku dopuszczalna jest tylko wtedy, gdy taka możliwość została przewidziana w umowie lub we wzorcu poprzez zastrzeżenie odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej³⁴. W jednym z orzeczeń tego dotyczących Sąd Najwyższy prawidłowo wskazał, że „(...) zgodnie z art. 384¹ kc, wzorec wydanym w czasie trwania stosunku umownego o charakterze ciągłym wiąże drugą stronę, jeżeli zostały zachowane wymagania określone w art. 384 kc, a druga strona nie wypowiedziała umowy w najbliższym terminie wypowiedzenia. W orzecznictwie przyjmuje się jednak, że zmiana treści stosunku zobowiązaniowego przez związanie wzorcem wydanym w czasie trwania tego stosunku dopuszczalna jest tylko wtedy, gdy taka możliwość została przewidziana w umowie lub we wzorcu poprzez zastrzeżenie klauzuli modyfikacyjnej (zob. np. uchwałę składu siedmiu sędziów Sądu Najwyższego z dnia 6 marca 1992 r., III CZP 141/91, OSNC 1992, nr 6, poz. 90, uchwałę Sądu Najwyższego z dnia 19 maja 1992 r., III CZP 50/92, OSP 1993, nr 6, poz. 119 oraz wyrok Sądu Najwyższego z dnia 5 kwietnia 2002 r., II CKN 933/99, nie publ.). Pogląd taki dominuje również w nauce prawa, przy czym jego zwolennicy podkreślają, że w przeciwnym wypadku możliwe byłoby wnoszenie do treści ukształtowanego stosunku zobowiązaniowego dowolnych zmian niekiedy tylko w tym celu, by druga strona skorzystała z możliwości wypowiedzenia. Klauzula modyfikacyjna - jak przyjmuje się w orzecznictwie - powinna być dostatecznie skonkretyzowana i wskazywać okoliczności uprawniające do zmiany wzorca (...)”³⁵.

[118] W zakresie konieczności zawarcia w warunkach umowy odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej w sytuacji, w której przedsiębiorca ma zamiar dokonywać zmiany umowy w trakcie jej trwania, wypowiedział się również TSUE. Uznał on, że: „do celów przestrzegania wymogu przejrzystości zasadnicze znaczenie zyskuje kwestia, czy umowa o kredyt wskazuje w sposób przejrzysty powody i specyfikę mechanizmu zmiany stopy procentowej i związek między tym warunkiem a innymi warunkami dotyczącymi wynagrodzenia kredytodawcy, tak by poinformowany konsument mógł przewidzieć, w oparciu o jednoznaczne i zrozumiałe kryteria, wpływające dla niego z tego faktu konsekwencje ekonomiczne”³⁶. W innym orzeczeniu Trybunał zauważył, że „w celu oceny, czy standaryzowana klauzula umowna, na podstawie której przedsiębiorstwo zaopatrzenia zastrzega sobie prawo do zmiany opłat za

³³ K. Zagrobelny, *Kodeks cywilny Komentarz pod red. E. Gniewek*, Warszawa 2006, s. 589; M. Śmigiel, M. Śmigiel, *Wzorce umów jako czynnik kształtujący zobowiązaniowe stosunki prawne - ewolucja instytucji*, [w:] *O źródłach i elementach stosunków cywilnoprawnych*, pod red. E. Gniewka, Kraków 2000, s. 358; W. Popiołek, *Kodeks Cywilny Komentarz pod red. K. Pietrzykowskiego*, t. I, Warszawa 2005, s. 797; M. Bednarek, *System prawa prywatnego pod red. E. Łętowskiej*, t. V, *Prawo zobowiązań - część ogólna*, Warszawa 2006, s. 695; A. Olejniczak, *Komentarz do art. 384¹ Kodeksu cywilnego*, LEX, stan prawny: 01 maja 2014 r., A. Rzetecka-Gil, *Komentarz do art. 384¹ Kodeksu cywilnego*, LEX, stan prawny: 19 września 2011 r.

³⁴ Uchwała 7 sędziów SN z 6 maja 1992 r., sygn. III CZP 141/09; wyrok SN z 19 maja 1992 r., sygn. III CZP 50/92; wyrok SN z 5 kwietnia 2002 r., sygn. II CKN 933/33; wyrok SN z 15 lutego 2013 r., sygn. I CSK 313/12.

³⁵ Wyrok SN z 15 lutego 2013 r., sygn. I CSK 313/12.

³⁶ Wyrok TSUE z dnia 26 lutego 2015 r., sygn. akt C-143/13, pkt 74 w sprawie *Bogdan Matei, Ioana Ofelia Matei v. SC Volksbank România SA*; wyrok TSUE C-26/13, pkt 73.

dostawy gazu, odpowiada bądź nie odpowiada ustanowionym przez te przepisy wymogom dobrej wiary, równowagi i przejrzystości, istotnego znaczenia nabierają w szczególności: kwestia, czy umowa wskazuje w sposób przejrzysty powody i sposób zmiany rzeczonych opłat, tak aby konsument mógł przewidzieć, w oparciu o jasne i zrozumiałe kryteria, ewentualne zmiany tych opłat. **Brak informacji w tym zakresie przed zawarciem umowy co do zasady nie może być zrekompensowany samą okolicznością, że w czasie wykonywania umowy konsumenci zostaną poinformowani o zmianie opłat z odpowiednim wyprzedzeniem oraz o ich prawie do rozwiązania umowy, jeżeli nie zamierzają zaakceptować tej zmiany³⁷**". Na gruncie tej sprawy należy dodatkowo zwrócić uwagę, że ewentualne wypowiedzenie umowy przez konsumenta w postaci np. przeniesienia numeru wiązałoby się z koniecznością uiszczenia opłaty manipulacyjnej w wysokości 20 zł.

[119] Należy także wskazać na pogląd wyrażony w wyroku Trybunału z dnia 26 kwietnia 2012 r. Stwierdzono w nim, iż „Do właściwości sądu krajowego, orzekającego w postępowaniu o zaniechanie naruszeń wszczętym na rzecz konsumentów przez działający w interesie publicznym podmiot wskazany przez prawo krajowe, należy dokonanie oceny (...) nieuczciwego charakteru postanowienia umownego zawartego w sporządzonym przez przedsiębiorcę wzorcu umowy konsumenckiej, zgodnie z którym przedsiębiorcy przysługuje prawo jednostronnego dokonywania zmiany wysokości opłat związanych ze świadczoną przez niego usługą, przy czym postanowienie to nie określa w sposób jasny sposobu wyliczania wysokości opłat ani nie wskazuje uzasadnionych powodów takiej zmiany. **Dokonując takiej oceny, sąd krajowy powinien w szczególności ustalić, czy - uwzględniając ogół postanowień wzorca umowy konsumenckiej obejmującego sporne postanowienie, a także mając na względzie przepisy krajowe ustanawiające prawa i obowiązki, które mogą uzupełniać prawa i obowiązki określone w rozpatrywanym wzorcu - powody lub sposób zmiany wysokości opłat związanych ze świadczoną usługą zostały określone w sposób jasny i zrozumiały, a także, w odpowiednim wypadku, czy konsumentowi przysługuje uprawnienie do wypowiedzenia umowy**".

[120] Brak określenia w umowie prawidłowej klauzuli modyfikacyjnej służy interesom przedsiębiorcy, natomiast konsumenta stawia w sytuacji niepewności co do potencjalnej treści stosunku prawnego, przez co może rażąco naruszać jego interesy i godzić w dobre obyczaje³⁸. Negatywne skutki niezamieszczenia w umowie odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej powinny obciążać wyłącznie twórcę wzorca umowy, czyli przedsiębiorcę. Oznacza to, że w sytuacji, w której w umowie nie ma wystarczająco precyzyjnego postanowienia, na podstawie którego może dojść do jednostronnej zmiany umowy w trakcie jej trwania (czyli ma charakter abuzywny) lub też takiej klauzuli w ogóle nie ma to przedsiębiorca nie ma możliwości dokonania jednostronnej zmiany zapisów umowy w trakcie trwania stosunku obligacyjnego. W takim wypadku jedynym rozwiązaniem jest zawarcie pomiędzy stronami porozumienia (aneksu) na partnerskich zasadach i w ramach pełnej dobrowolności jego zawarcia przez słabszą stronę umowy.

[121] Należy podkreślić, iż konieczność zamieszczenia klauzuli modyfikacyjnej w przypadku zamiaru zmiany postanowień umowy przez przedsiębiorcę w trakcie trwania umowy dotyczy

³⁷ Wyrok TSUE z dnia 21 marca 2013 r., sygn. akt C-92/11, pkt 49-55 w sprawie *RWE Vertrieb AG v. Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.*

³⁸ Wyrok SN z 15 lutego 2013 r., sygn. I CSK 313/12.

każdego rodzaju umowy ciągłej, bez względu na to, czy odnosi się do umowy o usługę finansową, umowy o dostawę energii, czy też umowy o świadczenie usługi telekomunikacyjnej. Nie ma tu znaczenia także sposób, w jaki została zawarta umowa oraz specyfika modelu świadczenia usług.

[122] W ocenie Prezesa Urzędu, zawarte z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w modelu prepaid, nie zawierały odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej ze wskazanymi przesłankami materialnoprawnymi, które umożliwiałyby zmianę postanowień umownych w trakcie trwania stosunku umownego, w sytuacji ich wystąpienia.

[123] Zgodnie z §14 Regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych dla Abonentów ofert na kartę z dnia 01.01.2014r.

1. Z zastrzeżeniem pkt 1a poniżej, w przypadku zmiany warunków Umowy określonych w Regulaminie, Operator:

1.1. doręcza na piśmie Abonentowi, który podał Operatorowi swoje dane w celu otrzymywania informacji i zawiadomień treść każdej proponowanej zmiany warunków Umowy określonych w Regulaminie, chyba że Abonent złożył żądanie otrzymywania informacji i zawiadomień drogą elektroniczną na wskazany w tym celu adres poczty elektronicznej lub za pomocą podobnego środka porozumiewania się na odległość oraz

1.2. podaje do publicznej wiadomości treść każdej proponowanej zmiany warunków Umowy określonych w Regulaminie z wyprzedzeniem co najmniej jednego miesiąca przed wprowadzeniem tych zmian w życie (okres ten może być krótszy, jeśli publikacja aktu prawnego, z którego wynika konieczność wprowadzenia zmian następuje z wyprzedzeniem krótszym niż miesiąc przed jego wejściem w życie lub okres taki wynika z decyzji Prezesa UKE). Jednocześnie Operator informuje Abonenta o prawie wypowiedzenia Umowy w przypadku braku akceptacji tych zmian, przy czym termin na realizację tego prawa nie może być krótszy niż do dnia wejścia tej zmiany w życie.

1a. W przypadku gdy zmiana Regulaminu wynika bezpośrednio ze zmiany przepisów prawa, powoduje obniżenie cen usług telekomunikacyjnych, dodanie nowej usługi lub wynika z decyzji Prezesa UKE Operator podaje do publicznej wiadomości treść proponowanych zmian zgodnie z zasadami wskazanymi powyżej w pkt 1 ale z wyłączeniem zasady określonej w pkt 1.1. powyżej.

[124] W ocenie Prezesa Urzędu powyższe postanowienie określa jedynie sposób przeprowadzenia zmiany (tryb), ale nie określa materialnoprawnych podstaw (tj. przyczyn) umożliwiających dokonanie tej zmiany i zakresu dozwolonych modyfikacji. Cytowane postanowienie odnosi się do samego przebiegu (procedury) procesu dokonywania zmiany, nie stanowi jednak podstawy do oceny zasadności wprowadzenia zmian w wykonywanych umowach. Jednocześnie dobre obyczaje oraz ukształtowana już linia orzecznicza sprzeciwiają się takim praktykom.

[125] Nie sposób zgodzić się ze stanowiskiem Spółki, zgodnie z którym przepisy prawa, w szczególności art. 61 ust 5¹ pt miałyby upoważniać do wprowadzenia zmiany w umowie.

Jak już wskazywano w nb. 103-108 powyżej, zmiana Cenników nie ma charakteru wprowadzenia nowej usługi. Art. 60a³⁹ i 61 ust. 5 pt⁴⁰ określają jedynie sposób przeprowadzenia zmiany. §14 Regulaminu zasadniczo powtarza regulację art. 60a pt w zakresie sposobu informowania o zmianach w umowie. Należy jednocześnie podkreślić, iż zgodnie z utrwalonym w orzecznictwie poglądem ww. przepisy nie mogą stanowić samoistnej podstawy do zmiany w umowie⁴¹.

[126] Również sam art. 384¹ kc nie stanowi podstawy do wprowadzenia zmian w warunkach umowy ciągłej, a jedynie określa sposób przeprowadzenia tej modyfikacji. Zgodnie z tym przepisem, wzorzec wydany w czasie trwania stosunku umownego o charakterze ciągłym wiąże drugą stronę, jeżeli zostały zachowane wymagania określone w art. 384 kc, a strona nie wypowiedziała umowy w najbliższym terminie wypowiedzenia. Z kolei w myśl art. 384 § 1 kc ustalony przez jedną ze stron wzorzec umowy, w szczególności

³⁹ Zgodnie z art. 60a ust 1 pt:

„1. Dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych:

1) doręcza abonentowi będącemu stroną umowy zawartej w formie pisemnej, elektronicznej lub dokumentowej treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy, w tym określonych w regulaminie świadczenia publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, na trwałym nośniku w postaci odpowiadającej formie, w jakiej zawarta została umowa, chyba że abonent złożył żądanie określone w ust. 1b lub 1c,

2) doręcza na piśmie abonentowi niebędącemu stroną umowy zawartej w formie pisemnej, elektronicznej lub dokumentowej, który udostępnił adres korespondencyjny zgodnie z ust. 1a, na ten adres, treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy określonych w regulaminie świadczenia publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, chyba że abonent złożył żądanie określone w ust. 1b, oraz

3) podaje do publicznej wiadomości przez publikację na swojej stronie internetowej treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy określonych w regulaminie świadczenia publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych

- z wyprzedzeniem co najmniej miesiąca przed wprowadzeniem tych zmian w życie. Okres ten może być krótszy, jeżeli publikacja aktu prawnego, z którego wynika konieczność wprowadzenia zmian, następuje z wyprzedzeniem krótszym niż miesiąc przed jego wejściem w życie lub okres taki wynika z decyzji Prezesa UKE. Jednocześnie abonent powinien zostać poinformowany o prawie wypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji tych zmian, przy czym termin na realizację tego prawa nie może być krótszy niż do dnia wejścia tych zmian w życie.”

⁴⁰ Zgodnie z art. 61 ust 5 pt:

5. Dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych:

1) doręcza abonentowi będącemu stroną umowy zawartej w formie pisemnej, elektronicznej lub dokumentowej treść każdej proponowanej zmiany w cenniku w postaci odpowiadającej formie, w jakiej zawarta została umowa, chyba że abonent złożył żądanie określone w ust. 5a lub 5b,

2) doręcza abonentowi niebędącemu stroną umowy zawartej w formie pisemnej, elektronicznej lub dokumentowej, który udostępnił adres korespondencyjny zgodnie z art. 60a ust. 1a, na ten adres, treść każdej proponowanej zmiany w cenniku, chyba że abonent złożył żądanie określone w ust. 5a, oraz

3) podaje do publicznej wiadomości przez publikację na swojej stronie internetowej treść każdej proponowanej zmiany w cenniku

- z wyprzedzeniem co najmniej miesiąca przed wprowadzeniem tych zmian w życie. Okres ten może być krótszy, jeżeli publikacja aktu prawnego, z którego wynika konieczność wprowadzenia zmian, następuje z wyprzedzeniem krótszym niż miesiąc przed jego wejściem w życie lub okres taki wynika z decyzji Prezesa UKE. Jednocześnie abonent powinien zostać poinformowany o prawie wypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji zmiany w cenniku, przy czym termin na realizację tego prawa nie może być krótszy niż do dnia wejścia tej zmiany w życie.

⁴¹ Por. Art. 306 PrKomElektr Piątek 2025, wyd. 1 i przytoczone tam orzecznictwo tj.: W wyr. z 20.12.2021 r. (VII AGa 212/21, niepubl.) SA stwierdził, iż przepisy PrTelekom określają tryb wdrożenia zmian, pozostawiając w zakresie materialnoprawnych przesłanek swobodę w podejmowaniu decyzji przez przedsiębiorcę, która z uwagi na pacta sunt servanda powinna być limitowana klauzulą modyfikacyjną. Podobnie w wyr. z 4.4.2022 r. SA w Warszawie (VII AGa 658/19, niepubl.) stwierdził, iż przepisy PrTelekom nie stanowią samoistnej podstawy prawnej do dokonania zmiany warunków umowy, regulaminu oraz cennika, a ponadto art. 60a PrTelekom nie stanowi lex specialis w stosunku do ogólnych unormowań KC w zakresie podstawy zmian stosunków prawnych o charakterze ciągłym, przewiduje zaś dodatkowe warunki, jakie musi spełnić operator, aby skutecznie wprowadzić zmiany w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej z abonentem. Zob. także Wyrok SOKIK - sygn. XVII AmA 4/19 str. 21

ogólne warunki umów, wzór umowy, regulamin, wiąże drugą stronę, jeżeli został jej doręczony przed zawarciem umowy. Jak słusznie wskazuje się w doktrynie - przepis ten „nie określa przesłanek dopuszczalności dokonywania zmiany, lecz jeden z możliwych technicznych sposobów jej przeprowadzenia.”⁴² Oznacza to, że art. 384¹ k.c. określa jedynie proceduralny sposób przeprowadzenia zmiany, ale nie stanowi materialnej podstawy do dokonania takiej zmiany.

[127] Z powyższego wynika, że w stanie faktycznym objętym niniejszym postępowaniem nie została spełniona hipoteza art. 61 ust. 5¹ pt, nie istniały także postanowienia umowne które przewidywałyby przesłanki wprowadzania jednostronnej zmiany warunków umowy przez przedsiębiorcę w trakcie jej obowiązywania. Aby rzeczywiście istniała możliwość zmiany umowy dostawca usługi dokonujący jednostronnej zmiany warunków umowy (przedsiębiorca) musi dopilnować, aby w umowie znalazło się odpowiednie postanowienie (klauzula modyfikacyjna) wskazujące przesłanki (czynniki) umożliwiające mu dokonanie takiej zmiany oraz dopuszczalny zakres wprowadzonych modyfikacji, a także muszą faktycznie zaistnieć wskazane w umowie okoliczności. Konsument bowiem, jako słabsza strona stosunku prawnego, powinien mieć świadomość, że wiążąc się umową z przedsiębiorcą, może spodziewać się z jego strony zmiany warunków łączącego ich kontraktu, ale musi również mieć możliwość zweryfikowania czy ww. zmiana nie wykracza poza wcześniej przyjęte ramy i czy dokonana została w oparciu o wskazane w umowie przesłanki.

[128] W ramach umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej pomiędzy operatorem telekomunikacyjnym a konsumentem do istotnych elementów umowy zaliczyć trzeba występujące po stronie przedsiębiorcy zobowiązanie do świadczenia usług telekomunikacyjnych oraz odpowiadające mu wzajemne świadczenie pieniężne konsumenta (zobowiązanie do zapłaty za świadczone usługi). W przypadku oferty prepaid, jak wskazuje sama nazwa - konsument uiszcza opłatę za usługę z góry - w ramach doładowania, która to opłata podlega rozliczeniu w ramach zakupionych okresów aktywnego i pasywnego. Dokonanie przez Spółkę jednostronnej zmiany Cenników przez wprowadzenie opłaty o charakterze sankcji za niewykazywanie się odpowiednim stopniem aktywności przez konsumentów wpłynęło na wykorzystanie już zgromadzonych przez konsumentów środków, które wpłacili, sądząc, że w pełni będą mogli wykorzystać je na świadczone usługi telekomunikacyjne.

[129] Reasumując, zdaniem Prezesa Urzędu, wprowadzanie przez Orange Polska kwestionowanego postanowienia do Cenników naruszało dobre obyczaje, gdyż możliwość zmiany warunków umowy w takim kształcie nie została przewidziana w umowie łączącej strony umowy, a przepisy prawa oraz dotychczasowe warunki umowne nie zezwalały na jednostronną zmianę tych warunków przez przedsiębiorcę. Dotrzymanie przez przedsiębiorcę, tj. podmiot posiadający względem konsumenta silniejszą pozycję, zawartej umowy stanowi przejaw realizacji przysługującego konsumentowi prawa do uczestniczenia w rynku na jasnych i przejrzystych zasadach.

[130] Należy zauważyć, że taka praktyka stanowiła naruszenie jednej z podstawowych zasad prawa cywilnego, według której umów należy dotrzymywać (*pacta sunt servanda*). Przeciętny

⁴² M. Orlicki, Komentarz do art. 830 kodeksu cywilnego, stan prawny: 2008.01.01 el.Lex.

konsument ma prawo oczekiwać, że przedsiębiorca dotrzyma postanowień zawartej z nim umowy - zgodnie z dobrymi obyczajami kupieckimi - i nie zmieni w sposób arbitralny warunków w trakcie jej wykonywania. **Konsekwencją wprowadzenia tej klauzuli było późniejsze pobieranie Opłaty za brak aktywności w wysokości 5 zł, w sytuacji gdy klient nie podjął wymaganego przez Spółkę działania.**

Istotne zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej wykonywania lub po jej zawarciu

- [131] Jak wynika z treści przytoczonej powyżej treści art. 4 ust. 1 upnpr (por. nb. 86-87 Decyzji) nie każde zachowanie rynkowe przedsiębiorcy wobec konsumenta sprzeczne z dobrymi obyczajami może być zakwalifikowane jako nieuczciwe w rozumieniu wspomnianej ustawy. Takie zachowanie musi dodatkowo **istotnie zniekształcać bądź móc zniekształcić zachowanie rynkowe** przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawarcia lub po jej zawarciu. Przez zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta należy rozumieć podjęcie lub możliwość podjęcia określonej decyzji dotyczącej umowy, której - wobec innego (uczciwego) zachowania (praktyki rynkowej) przedsiębiorcy - konsument mógłby nie podjąć lub mógłby podjąć decyzję odmienną.
- [132] W niniejszej sprawie możliwość zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta na etapie wykonywania umowy polega na podjęciu przez konsumenta **decyzji o pozostaniu w stosunku obligacyjnym z przedsiębiorcą na warunkach mniej korzystnych niż te wynikające z zawartej umowy, czyli przed wprowadzeniem klauzuli umożliwiającej Spółce pobieranie Opłaty za utrzymanie konta.** Klienci byli zatem zmuszeni ponosić dodatkowe koszty wynikające z naliczania Opłaty lub wynikające z podejmowania dodatkowych czynności, które spółka uznała za „aktywność” zwalniającą z jej pobierania, mimo że nie zgodzili się na nie na etapie zawarcia umowy, a wiedząc o ich istnieniu mogli wybrać innego dostawcę usług. Należy podkreślić, iż dla konsumentów, nawet w sytuacji gdy chcieli wycofać się z umowy, uzyskanie środków zgromadzonych na koncie abonenckim wiązało się z koniecznością uiszczenia opłaty manipulacyjnej wynoszącej 20 zł⁴³. Środki klientów, którzy nie zgromadzili ww. kwoty na kontach abonenckich a także tych, którzy nie złożyli wniosku o zwrot, przepadły na rzecz Orange Polska.
- [133] Konsekwencją tego działania jest również to, że konsumenci mogli być przekonani, że naliczane opłaty mają uzasadnienie w rzekomo prawidłowo zmienionych Cennikach.
- [134] Na skutek jednostronnego wprowadzenia postanowienia przewidującego Opłatę za brak aktywności Spółka w okresie od 4 kwietnia 2022 r. do 25 stycznia 2024 r. pobrała od konsumentów środki w wysokości xxxxxxxx (por. nb. 45). W ocenie Prezesa Urzędu, na skutek co do zasady negatywnego rozpatrywania reklamacji konsumentów Orange Polska mogła utrzymywać konsumentów w świadomości, że jej działanie jest legalne i uzasadnione.
- [135] W wyniku wprowadzenia zmian konsument (nie wypowiadając umowy) *de facto* milcząco musiał zgodzić się na możliwość cyklicznego pobierania opłat, w sytuacji gdy nie spełni

⁴³ Procedurę zwrotu pozostałych na koncie abonenckim środków z doładowań przewiduje decyzja DOZIK-18/2020 a obecnie także art. 331 PKE.

w sposób mniej aktywny (tj. np. wyłącznie odbierać połączenia). Za istotne należy bowiem uznać informacje, które dotyczą finansowych obciążeń konsumentów.

[142] Prezes Urzędu ustalił, że Orange Polska przedstawia warunki oferty na kartę na stronie internetowej Przedsiębiorcy (i jej podstronach) oraz na opakowaniach znajdujących się w sprzedaży starterów por. nb. 67-70. Uwzględniają one m.in. ceny za poszczególne rodzaje świadczonych usług. Opłaty te w okresie od 4 kwietnia 2022 r. do 25 stycznia 2024 r. nie były jednak jedynymi kosztami ponoszonymi przez konsumentów, obok nich Spółka przewidywała bowiem pobieranie Opłat za brak aktywności. Podobnie jak w przypadku opłat za usługi dodatkowe, Opłata za utrzymanie numeru pełniła rolę pomocniczą w stosunku do opłat cennikowych za poszczególne usługi telekomunikacyjne (nie była ekwiwalentem głównych świadczeń ze strony przedsiębiorcy, można jej było również uniknąć przy spełnieniu określonych przesłanek). Jednocześnie, w przeciwieństwie do opłat za pakiety dodatkowe, Opłata nie była samodzielnie aktywowana przez konsumenta. W konsekwencji miała ona duże znaczenie przy kalkulacji opłacalności oferty. Suma naliczonych Opłat może wynosić tyle co wartość doładowania (w szczególności w przypadku doładowań kwotą 5 i 10 zł) albo stanowić jego istotną część (w przypadku pozostałych doładowań). Zsumowane Opłaty, mogą w perspektywie roku wynieść nawet 55 zł.⁴⁵

[143] W ocenie Prezesa Urzędu ww. informację o istnieniu i wysokości Opłaty za brak aktywności, a także warunków, które z niej zwalniały, należy traktować jako istotną dla podjęcia decyzji dotyczącej umowy. Jest to bowiem informacja o konsekwencjach związanych z wyborem danej oferty, co jest jednym z kluczowych czynników wpływających na decyzje zakupowe konsumentów. W sytuacji gdy nieregularne korzystanie z usług było obwarowane Opłatą za brak aktywności, opłacalność oferty Spółki mogła się w oczach przeciętnego konsumenta znacząco zmniejszyć, co mogło być spowodowane tym, że do ceny usług konsument musiał doliczyć dodatkową Opłatę lub zwiększyć zużycie usług ponad planowane. Jednocześnie, mając świadomość istnienia możliwości uniknięcia Opłaty, konsument byłby w stanie ocenić, czy będzie mógł dostosować sposób korzystania z usług do warunków narzuconych przez przedsiębiorcę. Stąd też brak prawidłowego poinformowania konsumenta o ww. Opłacie może być uznany za wprowadzający w błąd.

[144] Informacja jest również istotna ze względu na to, że wpływa na sposób korzystania z usług przez konsumenta. Należy podkreślić, iż w specyfice usług świadczonych w modelu prepaid decydujące znaczenie ma swoboda korzystania z usług w ramach doładowania. Pasywne korzystanie z usług gwarantowane doładowaniem, którego wysokość miała przełożenie na długość okresu pasywnego, do wprowadzenia Opłaty co do zasady nie powodowało naliczania opłat. Opłata za utrzymanie numeru miała na celu zmianę sposobu korzystania z usług przez konsumentów (zwiększenie ich zużycia). Z uwagi na powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu informacja o opłacie za brak aktywności tym bardziej powinna zostać wskazana w sposób wyraźny w miejscu zawierania umowy (na starterze i na stronie internetowej). W ocenie Prezesa Urzędu omawiana Opłata miała bowiem funkcje stymulujące, gdyż miała skłaniać konsumentów do podjęcia określonego zachowania (tj. nawiązania co najmniej jednego połączenia wysłania SMS lub wykonania innej czynności powoduje pomniejszenie wartości konta abonenckiego).

⁴⁵ W roku kalendarzowym może maksymalnie jedenaście razy upłynąć pełen okres następujących po sobie 31 dni.

- [145] W ocenie Prezesa Urzędu obowiązek przekazania istotnych informacji o produkcie we właściwy sposób i we właściwym czasie oznacza, że informacje o możliwości pobrania Opłaty za brak aktywności oraz jej wysokości powinny zostać przekazane konsumentom najpóźniej przed podjęciem decyzji co do zawarcia umowy ze Spółką, a zatem w momencie zakupu startera lub zawarcia umowy za pośrednictwem strony internetowej.
- [146] Analiza strony internetowej Spółki a także treści opakowań stosowanych przez Orange Polska starterów (por. nb. 67-70) wskazuje na to, że prezentowane są na nich przede wszystkim informacje dotyczące możliwości do zakupu doładowań lub usług wraz z ich ceną. Jak wynika z przedstawionych w nb. 62-66 materiałów marketingowych, Przedsiębiorca nie zamieszczał w nich informacji o wprowadzonej Opłacie, w tym o warunkach jej uniknięcia. W efekcie jedynym miejscem, w którym konsument mógł dowiedzieć się o istnieniu opłaty był cennik danej taryfy. Omawiane materiały nie zawierają jednak tej informacji.
- [147] Konsument może oszacować wyłącznie część potencjalnych kosztów. Przykładowo: na opakowaniu startera „Internet rzeczy” - por. nb. 67 wskazano, iż starter przyznaje 30 zł wartości środków oraz umożliwia korzystanie aż przez 12 miesięcy ważności konta po każdym doładowaniu. Tymczasem po upływie 31 dni (przy założeniu, że konsument nie będzie aktywny w rozumieniu Orange Polska) będzie naliczana opłata za brak aktywności, o której brak informacji na opakowaniu. W takim przypadku już po upływie pół roku w całości wyczerpie się wartość konta, a zatem może być konieczne wykonanie dodatkowego doładowania.
- [148] W stosowanych przez Spółkę Cennikach znajdowała się informacja o tym, że Opłata będzie pobierana po upływie 31 dni od ostatniej aktywności Abonenta, rozumianej jako wykonanie połączenia wychodzącego (minuty/SMS/MMS/internet)⁴⁶ lub zakup usługi dodanej lub pakietu. Była ona jednak dostępna dopiero po otwarciu cennika po jego zakupie (nie było jej na zewnętrznym opakowaniu). W ocenie Prezesa Urzędu powyższe nie wyczerpuje jednak obowiązku prawidłowego informowania konsumentów o kosztach związanych z wyborem danej oferty. Konsument w momencie zakupu startera już ponosi jego koszt co stanowi pierwsze koszty związane z aktywacją numeru w ofercie prepaid.
- [149] Informacje przekazywane konsumentom powinny być jasne i zrozumiałe, napisane prostym językiem oraz udostępniane konsumentom w czytelny dla nich sposób we właściwym czasie. Ww. wymogów nie będą spełniać informacje zbyt ogólne i powierzchowne oraz takie, których konsument musi się domyślać lub poszukiwać ich w różnych miejscach w serwisie i różnych wzorcach umownych, zwłaszcza jeśli decyzję o zakupie podejmuje w innym miejscu (np. w sklepie lub kiosku, przy zakupie startera).
- [150] W omawianym przypadku konsument nie otrzymywał istotnych informacji na stronie internetowej Orange Polska. Przede wszystkim jednak informacja o możliwości naliczenia Opłaty nie była udzielana w kluczowym momencie zakupu startera. Tak istotna informacja jak ta o pobieraniu Opłaty za utrzymanie numeru powinna być bowiem udzielana w momencie zawierania umowy. Konsument, nabywając starter, ponosi już jego koszty i są to pierwsze koszty związane z aktywacją usługi. W momencie zakupu przekazywane powinny być zatem kluczowe informacje z punktu widzenia wyboru danej oferty, w szczególności jeżeli dotyczy

⁴⁶ Należy przy tym podkreślić, iż sposób sformułowania powyższej klauzuli budzi wątpliwości pod kątem jej jednoznaczności i precyzyjności. Szerzej: Decyzja DOZIK-2/2026

[157] W konsekwencji opisana praktyka narusza art. 6 ust. 1 w zw. z art. 6 ust. 3 pkt 1 oraz art. 4 ust. 2 upnpr.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

- [158] Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera definicji zbiorowego interesu konsumentów, wskazując jednak w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów pewnej grupy lub wszystkich konsumentów przez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę. Ponadto godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Konieczność ochrony zbiorowych interesów konsumentów zachodzi wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne w tym znaczeniu, że mogą dotknąć każdego konsumenta będącego lub mogącego być potencjalnie kontrahentem przedsiębiorcy.
- [159] Oceniając działanie przedsiębiorcy przez pryzmat przesłanek zawartych w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, należy ustalić, czy jego działania mogą naruszać interesy nieoznaczonego kręgu potencjalnych klientów. Tego typu naruszenie wystąpi wówczas, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą zbiorowości i mogą dotknąć każdego potencjalnego klienta. W orzecznictwie ugruntował się pogląd, zgodnie z którym naruszenie zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wówczas, gdy potencjalnie daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach. Interes konsumentów należy przy tym rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę za zasługujący na ochronę i zabezpieczenie.
- [160] Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest powiązane z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak i prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych (naruszenie o charakterze pozaekonomicznym).
- [161] W niniejszej sprawie bezprawne działanie Spółki nie dotyczyło interesów poszczególnych osób, lecz szerokiego kręgu konsumentów, których sytuacja była identyczna dla całej grupy adresatów oferty na Orange kartę. Skutkami opisanej praktyki mogli być dotknięci wszyscy konsumenci korzystający z usług Spółki od 4 kwietnia 2022 r.
- [162] Opisane w rozstrzygnięciu Decyzji działania Spółki mogły naruszać ekonomiczne i pozaekonomiczne interesy konsumentów.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów w przypadku praktyki opisanej w pkt I.1. Decyzji

- [163] Praktyka stwierdzona w pkt. I.1. rozstrzygnięcia Decyzji polega na jednostronnej zmianie umowy zawartej na czas nieoznaczony i wprowadzeniu postanowienia upoważniającego do pobierania Opłat za utrzymanie numeru.
- [164] Orange Polska pobierała wprowadzoną Oplatę od konsumentów w okresie od 4 kwietnia 2022 r. do 24 stycznia 2024 r. Spółka uzyskała z tego tytułu xxxxxxxxxxxxxxxx przychodu od klientów, którym zmieniono umowę w trakcie jej trwania. Spółka osiągała również przychody

z tytułu wykorzystania usług podejmowanego w celu uniknięcia Opłaty. Dodatkowym skutkiem ekonomicznym tej praktyki było także to, iż korzystnie z usług w ofercie Orange na kartę w określony sposób stało się mniej opłacalne (konsument ponosił większe wydatki na połączenia wykonane tylko w celu uniknięcia Opłaty)⁴⁸. Po modyfikacji warunków „pasywny” sposób korzystania, mógł powodować, że klient zostanie obciążony dodatkowymi opłatami w wysokości nawet 55 zł rocznie. Opłata powodowała pomniejszenie zgromadzonych już przez konsumenta środków przy jednoczesnej ograniczonej możliwości rozwiązania umowy wraz z uzyskaniem zwrotu środków (w wyniku złożenia wniosku opisanego w decyzji nr DOZIK-18/2020 pobierana była opłata manipulacyjna). Pobieranie Opłaty sprawiało ponadto, że zakupiona już usługa Konto Ważne Rok traciła gospodarcze znaczenie.

[165] Jeżeli chodzi o skutki pozaekonomiczne należy zwrócić uwagę przede wszystkim na wywoływanie poczucia niepewności co do sytuacji prawnej konsumenta. Dokonanie przez Przedsiębiorcę jednostronnej zmiany umowy zawartej na czas nieoznaczony skutkowało tym, że konsumenci byli zaskoczeni zmianą warunków. Jednocześnie konsumenci nie zawsze zdawali sobie sprawę z tego, że została ona przeprowadzona z naruszeniem prawa.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów w przypadku praktyki opisanej w pkt I.2. Decyzji

[166] Praktyka opisana w pkt I.2 Decyzji powodowała, że informacje przekazywane przez Spółkę były niepełne - nie obejmowały wskazania, iż korzystanie z usług do odbioru połączeń może wiązać się z pobieraniem Opłaty za brak aktywności. W efekcie prezentowana przez Spółkę oferta mogła wydawać się korzystniejsza niż była w rzeczywistości.

[167] Informacja o możliwości naliczenia Opłaty za utrzymanie numeru stanowi istotną informację dla tych konsumentów, którzy planują wybór oferty na potrzeby korzystania z usług w sposób pasywny zarówno - ze względu gdy jest to jedyny numer, z którego korzysta konsument (np. osoba starsza wykorzystująca telefon przede wszystkim do odbierania połączeń), jak i w przypadku gdy zakupywana karta SIM jest kolejną posiadaną przez konsumenta i ma wyłącznie znaczenie techniczne (a więc nie jest wykorzystywana w telefonie, a wyłącznie na potrzeby obsługi urządzeń takich jak bramy, odkurzacze - por. np. skarga konsumenta przedstawiona w nb. 74). Informacja o pobieraniu Opłaty była także istotna z punktu widzenia klientów, którzy zakupywali usługę KWR, która w takiej sytuacji traciła gospodarcze znaczenie w efekcie czego jej zakup mógł być niecelowy.

[168] Brak stosownej informacji na etapie przed zawarciem umowy powoduje, że konsument nie będzie świadomy, że przyjęty przez niego sposób korzystania z usług będzie generować dodatkowe opłaty. Podobnie jak w przypadku praktyki opisanej w pkt I.1 Decyzji Spółka osiągała przychody zarówno z tytułu Opłaty, jak i wykorzystania usług podejmowanego w celu uniknięcia Opłaty (naruszenie o charakterze ekonomicznym) a także przychody z tytułu opłat manipulacyjnych w związku z rezygnacją z dalszego korzystania z usług lub przypadkiem środków z doładowań w razie niezłożenia stosowanego wniosku.

[169] Naruszenie o charakterze pozaekonomicznym realizuje się poprzez poczucie zaskoczenia istnieniem Opłaty i koniecznością trwania w niekorzystnej umowie. Konsumenci mogli nie być zainteresowani przeniesieniem numeru telefonu do innego dostawcy z uwagi na związane

⁴⁸ W szczególności dla klientów, którzy korzystali z usług w sposób „pasywny”, tj. wyłącznie odbierali połączenia lub korzystali wyłącznie z Internetu ze źródła innego niż transmisja danych na bumerze w ofercie prepaid (np. korzystali z Wi-Fi).

decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu⁵¹. Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 uokik te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić, decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia, biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 uokik).

- [201] Zdaniem Prezesa Urzędu, okoliczności niniejszej sprawy, przede wszystkim charakter stosowanych przez Spółkę praktyk i ich możliwe negatywne skutki w sferze pozaekonomicznych i ekonomicznych interesów konsumentów, **wskazują na celowość zastosowania wobec Spółki tego środka represji.**
- [202] Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP, każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania norm prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego.
- [203] Nakładając kary pieniężne na przedsiębiorców, Prezes Urzędu bierze pod uwagę konieczność ustalenia, czy naruszenie dokonane było **umyślnie czy też nieumyślnie**. Zgodnie z art. 106 ust. 1 uokik kara pieniężna może być nałożona, gdy do naruszenia przepisów tej ustawy doszło choćby nieumyślnie. W świetle obowiązujących przepisów prawa, stwierdzenie nawet nieumyślnego naruszenia uokik daje zatem podstawę do nałożenia kary pieniężnej.
- [204] Zgodnie z art. 106 ust. 1 uokik kara pieniężna może być nałożona, gdy do naruszenia przepisów tej ustawy doszło choćby nieumyślnie. W świetle obowiązujących przepisów prawa, stwierdzenie nawet nieumyślnego naruszenia uokik daje zatem podstawę do nałożenia kary pieniężnej. Ustawa dopuszcza zatem możliwość uznania, iż naruszenie przepisów ustawy może być dokonane nie tylko nieumyślnie, ale także umyślnie.
- [205] Jak wskazano w Wyroku Sądu Pierwszej Instancji (druga izba) z dnia 1 kwietnia 1993 r. - BPB Industries Plc i British Gypsum Ltd przeciwko Komisji Wspólnot Europejskich, sygn. T-65/89 „Aby naruszenie mogło zostać uznane za popełnione umyślnie, nie jest konieczne, by przedsiębiorstwo było świadome, że narusza zakaz ustanowiony w traktatowych regułach konkurencji mających zastosowanie do przedsiębiorstw; wystarczy, że nie mogło ono nie wiedzieć, że kwestionowane zachowanie miało na celu lub mogło spowodować zakłócenie konkurencji na wspólnym rynku”⁵². Oznacza to, że dla stwierdzenia umyślności działania wystarczające jest ustalenie, że w określonych uwarunkowaniach faktycznych i prawnych profesjonalny status przedsiębiorcy i posiadana przez niego wiedza uniemożliwiają przyjęcie, iż nie miał on świadomości co do sprzeczności z prawem swoich działań.
- [206] Podobny pogląd wyraził Sąd (dziewiąta izba w składzie powiększonym) w sprawie T-612/17. Wskazując, że zachowanie może być zakwalifikowane jako umyślność w sytuacji gdy

⁵¹ Por. wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (XVII Wydział Sądu Okręgowego w Warszawie) z dnia 14 lutego 2022 r., sygn. XVII AmA 23/20 oraz wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (XVII Wydział Sądu Okręgowego w Warszawie) z dnia 15 grudnia 2021 r., sygn. XVII AmA 37/20.

⁵² Pkt 165 przytoczonego wyroku

„stanowi działanie celowe, ze świadomością, że może ono doprowadzić do wykluczenia konkurentów z rynku i ograniczenia konkurencji”. W niniejszej sprawie Komisja uznała, że Google nie mogła nie wiedzieć o swojej pozycji dominującej na krajowych rynkach wyszukiwania ogólnego ani o tym, że zachowanie przedsiębiorcy stanowi nadużycie, nawet jeśli niektóre aspekty sytuacji nie zostały zbadane we wcześniejszych sprawach”.

[207] Zdaniem Prezesa Urzędu Spółka, jako profesjonalista, powinna była zachować podwyższoną staranność jeszcze przed podjęciem przez Prezesa Urzędu jakichkolwiek działań. Będąc przedsiębiorcą, Orange Polska ma obowiązek posiadania wiedzy na temat obowiązujących norm prawnych oraz zapewniania zgodności swoich praktyk z prawami konsumenta. Należy podkreślić, iż w kontekście tzw. jednostronnych zmian umów wypracowana została jednolita linia orzecznicza, o której Spółka nie mogła nie wiedzieć, a której pominięcie świadczy o tym, iż dążąc do celu w postaci wprowadzenia nowej Opłaty Spółka umyślnie naruszyła obowiązujące przepisy prawa.

[208] W świetle powyższego należy stwierdzić, że stosując zarzucaną praktykę, o której mowa w pkt I.1 Decyzji, Spółka działała umyślnie, co opisano w nb. 204-208, oraz 222-223 Decyzji.

[209] W przedmiocie praktyki, o której mowa w pkt I.2 Decyzji Prezes Urzędu uznał, iż jej zastosowanie było efektem niedołożenia należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego na rynku telekomunikacyjnym. W związku z powyższym należy uznać, iż omawiana praktyka była stosowana przez Orange Polska nieumyślnie.

[210] Ustalając wysokość kar pieniężnych, Prezes Urzędu bierze również pod uwagę **okoliczności łagodzące oraz obciążające**, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonanym naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

[211] Ustalenie wysokości kary w przedmiotowej sprawie w odniesieniu do każdej z praktyk wskazanych w pkt I rozstrzygnięcia Decyzji miało charakter wieloetapowy, co spowodowane było zaistnieniem w postępowaniu okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej, Prezes Urzędu każdorazowo w pierwszej kolejności dokonywał oceny wagi stwierdzonej praktyki i na tej podstawie ustalał kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie - w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary - dokonywał gradacji ustalonej kwoty bazowej.

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.1 Decyzji

- [212] W pkt I.1 rozstrzygnięcia Decyzji Prezes Urzędu uznał zachowanie Spółki za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Zachowanie to polegało na jednostronnej zmianie z dniem 4 kwietnia 2022 r. warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych z konsumentami w modelu przedpłaconym poprzez wprowadzenie opłaty za utrzymanie numeru w sieci, pomimo braku podstawy ustawowej lub przestanki umownej umożliwiających dokonanie przez Orange Polska takiej zmiany.
- [213] Zdaniem Prezesa Urzędu wagę naruszenia należy określić jako znaczną. Oceniając wagę naruszenia, Prezes Urzędu uwzględnił skutki, jakie mogła wywoływać wobec konsumentów. Praktyka była stosowana na etapie wykonywania umowy. Również jej skutki występowały na etapie wykonywania umowy, również w odniesieniu do środków zgromadzonych na koncie konsumenta jeszcze przed dokonaniem zmiany, a także w momencie gdy umowa się kończyła (konsument miał wtedy mniej środków, które podlegają zwrotowi). Efektem wprowadzonej zmiany było to, że konsument musiał ponosić dodatkową Opłatę, która nie była przewidziana pierwotną umową. Ze względu na długoterminowy charakter oferowanych kontraktów skutki praktyki mogły długotrwale oddziaływać na sytuację konsumenta.
- [214] Analizując skutki praktyki Prezes Urzędu wziął pod uwagę liczbę konsumentów, którzy zawarli umowę ze Spółką umowę przed dniem 4 kwietnia 2022 r. Liczba konsumentów, dotkniętych praktyką na dzień 12 lipca 2022 r. wyniosła xxxxxxxxx (tytu konsumentom wprowadzono do wykonywanej umowy postanowienia dotyczące pobierania Opłat oraz pobrano je). Wymierzając karę, Prezes Urzędu wziął pod uwagę także okres stosowania przez przedsiębiorcę praktyki oraz uznał, że praktyka była jednorazowa (miała miejsce 4 kwietnia 2022 r.), natomiast jej skutki trwały aż do 24 stycznia 2024 r. czyli ostatniego dnia trwania praktyki, co należy uznać za okres długotrwały.
- [215] Przy kalkulacji kary Prezes Urzędu wziął także pod uwagę fakt, iż w przeszłości Spółka dokonała uprzedniego naruszenia przepisów uokik, co zostało prawomocnie stwierdzone np. w ramach decyzji Prezesa Urzędu np.: nr DDK-26/2016 dotyczącej stosowania przez Orange Polska praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na automatycznym przedłużaniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych na czas oznaczony w umowy na kolejny czas oznaczony w sytuacji braku aktywnego działania ze strony konsumenta. Wymieniona decyzja Prezesa Urzędu nie dotyczyła stosowania praktyk, które swoim zakresem byłyby zbliżone do tych opisanych w pkt I.1 i I.2 Decyzji, a w związku z tym nie zostanie uwzględniona jako okoliczność obciążająca, ale zostanie ona wzięta pod uwagę przy obliczaniu kwoty bazowej poszczególnych kar, zgodnie z art. 111 ust. 1 *in principio*.
- [216] W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie xxxxx% obrotu Spółki osiągniętego ogółem w 2024 r., tj. xxxxxxxxxxxxxxx zł.
- [217] Ustalając ostateczny wymiar kary pieniężnej nałożonej na Spółkę, Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących.
- [218] Jak wskazano w nb. 4 Prezes Urzędu wszczął postępowanie dotyczące zmiany umowy na początkowym etapie jej dokonania zaś postępowanie wyjaśniające w związku z jej wprowadzeniem wszczęto jeszcze przed momentem, gdy Spółka rozpoczęła pobieranie

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.2 Decyzji

- [230] W pkt I.2 rozstrzygnięcia Decyzji Prezes Urzędu uznał zachowanie Spółki za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.
- [231] Zachowanie to polegało na nieinformowaniu konsumentów na stronie internetowej oraz na opakowaniach starterów (a więc w miejscach w których można uzyskać podstawowe informacje przed dokonaniem zakupu startera), że w ramach taryf prepaid może być naliczana Opłata za brak aktywności. Orange Polska nie informowała o wysokości tej opłaty oraz warunkach jej naliczania.
- [232] Zdaniem Prezesa Urzędu wagę naruszenia należy określić jako znaczną. Oceniając wagę naruszenia, Prezes Urzędu uwzględnił skutki, jakie mogła wywoływać wobec konsumentów. Praktyka była stosowana na etapie przedkontraktowym jej skutki jednak występowały na etapie wykonywania umowy.
- [233] Brak informacji o Opłacie za brak aktywności powodował, że konsumenci byli zaskoczeni pomniejszeniem wartości konta abonenckiego w razie spełnienia przesłanek naliczenia tej opłaty. Brak tej informacji powodował, że prezentowana na stronie internetowej i na starterze oferta mogła wydawać się korzystniejsza niż w rzeczywistości. Mogło to skłaniać konsumentów do zawarcia umowy ze Spółką, pomimo że sposób korzystania przez nich z usług (np. tylko do obierania połączeń) nie uzasadniał wyboru oferowanej taryfy.
- [234] Prezes Urzędu wziął pod uwagę także okres stosowania przez przedsiębiorcę praktyki oraz uznał, że praktyka trwała od kwietnia 2022 r. do 24 stycznia 2024 r. a zatem miała charakter długotrwały.
- [235] Przy kalkulacji kary Prezes Urzędu wziął także pod uwagę fakt, iż w przeszłości Spółka dokonała uprzedniego naruszenie przepisów uokik, co zostało prawomocnie stwierdzone np. w ramach decyzji Prezesa Urzędu np.: nr DDK-26/2016 dotyczącej stosowania przez Orange Polska praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na automatycznym przedłużaniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych na czas oznaczony w umowy na kolejny czas oznaczony w sytuacji braku aktywnego działania ze strony konsumenta. Wymieniona decyzja Prezesa Urzędu nie dotyczyła stosowania praktyk, które swoim zakresem byłyby zbliżone do tych opisanych w pkt I.1 i I.2 Decyzji, a w związku z tym nie zostanie uwzględniona jako okoliczność obciążająca, ale zostanie ona wzięta pod uwagę przy obliczaniu kwoty bazowej poszczególnych kar, zgodnie z art. 111 ust. 1 in principio.
- [236] W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie xxxxx% obrotu Spółki osiągniętego ogółem w 2024 r., tj. xxxxxxxxxxxxxxxxxxx zł.
- [237] Zgodnie z art. 106 ust. 1 uokik kara pieniężna może być nałożona w przypadku, gdy do naruszenia przepisów tej ustawy doszło nieumyślnie. Ustawa dopuszcza zatem możliwość uznania, iż naruszenie przepisów ustawy może być dokonane nie tylko nieumyślnie, ale także umyślnie.
- [238] Na profesjonalnych uczestnikach rynku spoczywa obowiązek dochowania należytej staranności przy ocenie zgodności ich działań z obowiązującymi przepisami prawa. Spółka jako podmiot profesjonalny od lat działający na rynku dysponuje możliwością zapewniania

sobie odpowiednich zasobów finansowych, kadrowych i ekonomicznych, które umożliwiają odpowiednie planowanie i organizowanie działań informacyjno-marketingowych. Przedsiębiorca, ustalając treść komunikatów kierowanych do konsumentów, powinien dokonać analizy i weryfikacji oferty oraz uwzględnić wagę niektórych informacji. W ocenie Prezesa Urzędu zachowanie Przedsiębiorcy polegające na nieinformowaniu konsumentów o opłacie oraz jej wysokości było efektem niedołożenia przez niego należytej staranności, jakiej należałoby oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu gospodarczego.

- [239] Mając na uwadze powyższe okoliczności, należy uznać, że działanie polegające na stosowaniu praktyki miało charakter nieumyślny.
- [240] Działania Spółki objęte pkt I.1 Decyzji wskazują na konsekwentne dążenie do osiągnięcia celu w postaci ukształtowania warunków umowy w ofercie na kartę w taki sposób, aby niezależnie od zakresu korzystania z usług przez konsumenta, zawsze uzyskiwać przychód z każdego numeru w ofercie prepaid. W przypadku omawianej praktyki nieprzekazanie odpowiednich informacji w zakresie pobieranych opłat powodował, iż cel był łatwiejszy do osiągnięcia, gdyż zaskoczonym opłatą konsumentom trudniej było uniknąć jej pobrania poprzez wykonanie odpowiednich czynności.
- [241] Ustalając ostateczny wymiar kary pieniężnej nałożonej na Spółkę, Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących.
- [242] Prezes Urzędu, kalkulując niniejszą karę pieniężną, wziął pod uwagę jako okoliczność obciążającą znaczny zasięg terytorialny naruszenia, co związane jest z zawieraniem przez Orange Polska umów z konsumentami na terenie całego kraju. Prezes Urzędu uznał, że ta okoliczność obciążająca uzasadnia podwyższenie kwoty bazowej o xxxxx.
- [243] Prezes Urzędu uwzględnił również, iż z dniem 25 stycznia 2024 r. zaniechała stosowania praktyki w związku z zaprzestaniem naliczania Opłat. Od tego momentu informacje na starterach odpowiadały rzeczywistości. W przypadku strony internetowej Spółka jeszcze przed wycofaniem się z Opłaty dostosowała informacje tam dostępne do swojej praktyki, wprowadzając informację o pobieraniu Opłaty 22 września 2022 r. Prezes Urzędu uznał, że te okoliczności łagodzące uzasadniają obniżenie kwoty bazowej o xxxxx.
- [244] Prezes Urzędu wziął pod uwagę także pozytywną reakcję Spółki przejawiającą się m.in. tym iż podejmowała działania mające na celu poprawę sytuacji konsumentów (zwrot pobranych Opłat). Proponowane przez Spółkę działania naprawcze, pomimo, że nastąpiły w okresie prawie 1,5 roku od wszczęcia postępowania należy uznać za szeroko zakrojone. Obejmowały one przeprowadzenie procedury usunięcia postanowień z wzorców umownych, dobrowolne zwracanie pobranych Opłat (która to procedura była efektywna przede wszystkim w odniesieniu do aktualnych abonentów Spółki, nie objęta jednak wszystkich konsumentów). W efekcie ww. dobrowolnych działań Orange Polska wielu konsumentów otrzymało zwrot pobranych Opłat. Prezes UOKiK uwzględnił także, że opisane działania nie objęły jednak skorygowania braku odpowiedniej informacji na starterach i stronie internetowej. Spółka w komunikacji do konsumentów w żaden sposób nie odniosła się do możliwości wprowadzania ich ww. brakiem informacji w błąd (w szczególności na starterach). Sednem praktyki opisanej w pkt I.2 była zaś nieprawidłowa informacja, nie samo pobieranie Opłat. Powyższe okoliczności należało uznać za spełniające przesłanki pozytywnej reakcji przedsiębiorcy (tj. dobrowolnego usunięcia skutków) skutkującej obniżeniem kwoty bazowej o xxxxx.

- [245] W toku postępowania Orange Polska udzielała dodatkowych wyjaśnień istotnych dla sprawy z własnej inicjatywy i przekazywała materiały w trybie roboczym, w tym również bieżące informacje o kampanii dobrowolnych zwrotów opłat, co przyczyniło się do jego sprawnego przeprowadzenia. Powyższe działania Prezes Urzędu uznał za współpracę w toku postępowania tj. okoliczność łagodzącą, która uzasadnia obniżenie kwoty bazowej o xxxxxx.
- [246] W sprawie nie wystąpiły inne okoliczności łagodzące lub obciążające. W związku z tym ustaloną kwotą bazową należało zmniejszyć łącznie o xxxxxx.
- [247] Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyki stwierdzonej w pkt I.2 rozstrzygnięcia Decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości **7 425 000 zł** po zaokrągleniu do pełnych tysięcy złotych w dół.
- [248] Nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się zatem w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 106 ust. 7 pkt 1 uokik i jednocześnie stanowi xxxxxx% obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2024 r. czyli xxxxxx% możliwej do nałożenia kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na Przedsiębiorcę.
- [249] W ocenie Prezesa Urzędu kara we wskazanej powyżej wysokości spełni stawiane przed nią cele. Wymierzona kara jest również adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W tym miejscu szczególną uwagę warto zwrócić na funkcję prewencyjną wymierzonej przez Prezesa Urzędu kary pieniężnej. Jak wynika z orzecznictwa sądowego: Należy poza tym mieć na uwadze, że kara wymierzana za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów winna być realnie dolegliwa dla przedsiębiorcy, by osiągnęła zamierzony przez ustawodawcę cel.⁵⁴ Skuteczna kara to kara, która pozostaje dla przedsiębiorcy dotkliwa. Aby natomiast zachować ten wymóg (...) przy ocenie jej wysokości nie można kierować się nieokreślonymi „obiektywnymi kryteriami”, ale potencjałem ekonomicznym przedsiębiorcy⁵⁵.
- [250] Wobec powyższego, wymierzenie kary w podanej wyżej wysokości należy uznać za uzasadnione. Nałożenie kary w ww. wysokości przyczyni się bowiem do zachowania należytych standardów przez przedsiębiorców działających na rynku, a w konsekwencji sprawi, iż konsumenci będą mogli poczuć się na nim bezpieczniejsi.
- [251] Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokik, karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej Decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

Rozstrzygnięcie dotyczące kosztów postępowania (pkt V rozstrzygnięcia Decyzji)

- [252] Zgodnie z art. 80 uokik, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W sprawach nieuregulowanych w uokik do postępowań przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy kpa (art. 83 uokik). Zgodnie z art. 77 ust. 1 uokik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził

⁵⁴ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie - V Wydział Cywilny z dnia 15 lutego 2013 r., sygn. VI ACa 1113/12, Legalis, nr 776792.

⁵⁵ Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (XVII Wydział Sądu Okręgowego w Warszawie) z dnia 15 grudnia 2021 r., sygn. XVII AmA 37/20.

naruszenie przepisów uokik, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

- [253] Zgodnie z art. 263 § 1 kpa, do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Organ administracji publicznej może zaliczyć do kosztów postępowania także inne koszty bezpośrednio związane z rozstrzygnięciem sprawy (art. 263 § 2 kpa). Zgodnie z art. 264 § 1 kpa jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.
- [254] W wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu w pkt I rozstrzygnięcia Decyzji stwierdził, że Spółka naruszyła przepisy uokik w zakresie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania oraz podmiotami współpracującymi ze Spółką. W związku z powyższym, postanowiono obciążyć Spółkę kosztami postępowania w wysokości 232,35 zł.
- [255] Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się Decyzji.

Pouczenie

- [256] Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2024 r. poz. 1568 ze zm., dalej „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.
- [257] W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach postępowania zawartego w pkt V rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 264 § 2 kpa w zw. z art. 80 uokik oraz stosownie do art. 81 ust. 5 uokik w związku z 479³² § 1 i § 2 kpc, przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie tygodnia od dnia jej doręczenia.
- [258] Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2024 r. poz. 959, dalej: „ustawa o kosztach sądowych”), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł, a zażalenie podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł. Opłatę od odwołania lub zażalenia należy uiścić na rachunek bankowy Sądu Okręgowego w Warszawie albo w kasie tego sądu lub w inny sposób, zgodnie z informacjami podanymi przez Sąd. Na stronie internetowej Sądu Okręgowego w Warszawie oraz na tablicy ogłoszeń w budynku Sądu dostępne są informacje o: 1) funkcjonujących kasach sądu, w których można uiścić opłatę sądową; 2) możliwych sposobach uiszczenia opłat sądowych

w formie bezgotówkowej; 3) numerach rachunków bieżących dochodów sądu, na które można dokonywać wpłat.

[259] 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.

[260] Zgodnie z art. 105 ust. 1 zd. 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.

[261] 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.

[262] 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.

[263] W myśl art. 117 § 4 zd. 1 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.

Załączniki:

1. spis treści
2. wersja jawna Decyzji

z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Zastępcą Dyrektora Departamentu Ochrony Zbiorowych Interesów Konsumentów
Katarzyna Araczevska

Otrzymują:

1. xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
2. a/a.



Załącznik 1 Struktura uzasadnienia Decyzji

Spis treści

UZASADNIENIE	7
Uwagi wstępne	7
Przebieg postępowania	8
Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił, co następuje.....	11
Przedmiot działalności Orange Polska Spółka Akcyjna	11
Typy umów zawieranych przez Orange Polska	12
Stosowane przez Przedsiębiorcę wzorce umów w ofercie na kartę	14
Zmiana umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych	17
Liczba wykonywanych umów	20
Wartość doładowań kont abonenckich	20
Liczba wykonywanych umów - klienci Orange Polska przed 4 kwietnia 2022 r.....	21
Przychód w taryfach prepaid - klienci Orange Polska przed 4 kwietnia 2022 r.....	21
Przychód w taryfach prepaid - klienci Orange Polska od 4 kwietnia 2022 r.....	21
Liczba klientów, którym Orange Polska pobrała Opłatę oraz kwota pobranych Opłat - klienci Orange Polska przed 4 kwietnia 2022 r	22
Liczba klientów, którym Orange Polska pobrała Opłatę za brak aktywności oraz kwota pobranych Opłat - klienci Orange Polska od 4 kwietnia 2022 r.....	22
Przychody Orange Polska w związku z rezygnacją konsumenta z usług Spółki	23
Zaprzestanie stosowania postanowień oraz zwracanie pobranych Opłat przez Spółkę	25
Informowanie o naliczaniu, wysokości i warunkach pobierania opłaty za brak aktywności.....	28
Informacja na stronie internetowej www.orange.pl	28
Informacja na starterach	32
Reklamacje i zgłoszenia konsumentów	38
Obrót osiągnięty przez Spółkę w 2024 r.	41
Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje:.....	41
Naruszenie interesu publicznego.....	41
Naruszenie zakazu określonego w art. 24 uokik	42
Status przedsiębiorcy	42
Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub z dobrymi obyczajami	43
Model przeciętnego konsumenta	44
Ocena praktyki opisaney w pkt I.1 Decyzji	45
Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z dobrymi obyczajami.....	45
Istotne zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej wykonywania lub po jej zawarciu	55
Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt I.2 Decyzji	56
Wpływ na decyzję przeciętnego konsumenta	59
Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów	60
Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów w przypadku praktyki opisaney w pkt I.1. Decyzji	60
Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów w przypadku praktyki opisaney w pkt I.2. Decyzji	61
Data zaniechania praktyk	62



Szczegółowe stanowisko Spółki w toku postępowania xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	62
Xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx oraz wdrożenie dobrowolnych zwrotów	63
Środki usunięcia trwających skutków naruszenia (pkt II i III rozstrzygnięcia Decyzji)	65
Rozstrzygnięcie dotyczące kary pieniężnej (pkt IV.1 i IV.2 rozstrzygnięcia Decyzji)	67
Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.1 Decyzji	70
Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I.2 Decyzji	73
Rozstrzygnięcie dotyczące kosztów postępowania (pkt V rozstrzygnięcia Decyzji)	75
Pouczenie	76

