



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**

DELEGATURA w ŁODZI

ul. Piotrkowska 120
90-006 Łódź
tel. (42) 636 36 89, fax (42) 636 07 12
e'mail: lodz@uokik.gov.pl

RŁO-61-12(12)/14/MD

Łódź, dnia 8 grudnia 2014 r.

DECYZJA Nr RŁO 372014

- I.** Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko CT Creative Team S.A. z siedzibą w Warszawie

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, praktykę, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, stosowaną przez CT Creative Team S.A. z siedzibą w Warszawie polegającą na nieprzekazywaniu konsumentom we właściwym czasie, to jest w trakcie gry, po każdej czynności w grze związanej z wysłaniem SMS pod skrócony numer specjalny o podwyższonej opłacie, to jest numer Premium Rate, informacji o poniesionych przez nich rzeczywistych kosztach i sumie tych kosztów związanych z zamówieniem nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych dostępnych w aplikacjach udostępnianych nieodpłatnie i umożliwiających prowadzenie gier bezpłatnie, dedykowanych na telefony komórkowe, pod nazwą: „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki Atakują”, „Owocowe Bąbelki”, skutkującej ograniczeniem zdolności konsumentów do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej zamówienia nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych w ww. aplikacjach, stanowiąc nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206)

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.

- II.** Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

nakłada się na CT Creative Team S.A. z siedzibą w Warszawie karę pieniężną w wysokości 31.457 (słownie: trzydzieści jeden tysięcy czterysta pięćdziesiąt siedem

złotych) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji, płatną do budżetu państwa.

III. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm.) w związku z art. 83 wyżej wymienionej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

postanawia się obciążyć CT Creative Team S.A. z siedzibą w Warszawie kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 17,10 zł (słownie: siedemnaście złotych 10/100) i zobowiązuje się CT Creative Team S.A. z siedzibą w Warszawie do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – zwany dalej: „Prezesem Urzędu” – przeprowadził postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach oraz mające na celu wstępne ustalenie, czy nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez przedsiębiorcę CT Creative Team S.A. z siedzibą w Warszawie w związku z podejrzeniem stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej dotyczącej gier pobieranych na telefon komórkowy (sygn. RŁO-405-25/13/MD).

Mając na uwadze zebrany w toku postępowania wyjaśniającego materiał dowodowy Prezes Urzędu w dniu 21 lipca 2014 r. wszczął Postanowieniem Nr 1/61-12/14 (dowód: karty Nr 1 – 7) postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez CT Creative Team S.A. z siedzibą w Warszawie – zwana dalej również: „Spółką” – praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na nieprzekazywaniu konsumentom we właściwym czasie, to jest w trakcie gry, po każdej czynności w grze związanej z wysłaniem SMS pod skrócony numer specjalny o podwyższonej opłacie, to jest numer Premium Rate, informacji o poniesionych przez nich rzeczywistych kosztach i sumie tych kosztów związanych z zamówieniem nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych dostępnych w aplikacjach udostępnianych nieodpłatnie i umożliwiających prowadzenie gier bezpłatnie, dedykowanych na telefony komórkowe, pod nazwą: „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki Atakują”, „Owocowe Bąbelki”, skutkującej ograniczeniem zdolności konsumentów do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej zamówienia nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych w ww. aplikacjach, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) – zwana dalej: „u.p.n.p.r.” – co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.) – zwana dalej: „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”.

Pismem Prezesa Urzędu z dnia 21 lipca 2014 r. (dowód: karta Nr 8), doręczonym Spółce w dniu 24.07.2014 r. (dowód: karta Nr 352), Spółka została zawiadomiona, że w dniu 21 lipca 2014 r. zostało wszczęte z urzędu postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez CT Creative Team S.A. z siedzibą w Warszawie, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Do ww. pisma zostało załączone Postanowienie Nr 1/61-12/14 z dnia 21 lipca 2014 r. o wszczęciu postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wraz z uzasadnieniem.

Prezes Urzędu postanowieniem Nr 2/61-12/14 (dowód: karta Nr 9) zaliczył w poczet dowodów w prowadzonym postępowaniu w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów następujące dokumenty: zawiadomienie konsumentki w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów z dnia 25.03.2013 r. wraz z załącznikami – sygn. DDK-60-76/13 (dowód: karty Nr 10 – 49) oraz dokumenty uzyskane w postępowaniu wyjaśniającym (sygn. RŁO-405-25/13/MD), tj. pismo CT Creative Team S.A. z dnia 07.06.2013 r. wraz z załącznikami (dowód: karty Nr 50 – 155), pismo Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Bydgoszczy z dnia 21.06.2013 r. wraz z załącznikami (dowód: karty Nr 156 – 188), pismo CT Creative Team S.A. z dnia 18.07.2013 r. wraz z załącznikami (dowód: karty Nr 189 – 255), pismo CT Creative Team S.A. z dnia 12.09.2013 r. wraz z załącznikami (dowód: karty Nr 256 – 266), pismo (e-mail) z dnia 18.10.2013 r. przekazujące treść wiadomości e-mail konsumenta wraz z załącznikami (dowód: karty Nr 267 – 279), pismo Departamentu Polityki Konsumenckiej w Urzędzie Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 16.10.2013 r. wraz z załącznikiem (dowód: karty Nr 280 – 283), pismo Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie z dnia 29.11.2013 r. wraz z załącznikami (dowód: karty Nr 284 – 286), pismo Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach z dnia 03.12.2013 r. wraz z załącznikiem (dowód: karty Nr 287 – 291), pismo CT Creative Team S.A. z dnia 17.02.2014 r. (dowód: karty Nr 292 – 295), pismo CT Creative Team S.A. z dnia 24.03.2014 r. wraz z załącznikami (dowód: karty Nr 296 – 342), pismo CT Creative Team S.A. z dnia 25.04.2014 r. wraz z załącznikiem (dowód: karty Nr 343 – 344).

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania Spółka w piśmie z dnia 5 sierpnia 2014 r. (dowód: karty Nr 353 – 355) wyjaśniła, że nie jest operatorem telekomunikacyjnym i nie ma praktycznych możliwości weryfikowania kosztów ponoszonych przez abonenta, a przez to – podawania wiarygodnych informacji, jakie według Prezesa Urzędu powinna podawać abonentowi (o poniesionym koszcie związanym z wysłaniem sms/smsów pod numer o podwyższonej opłacie). Spółka wskazała, że ustawa z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (tekst jedn. Dz. U. z 2014 r., poz. 243) – zwana dalej: „ustawa Prawo telekomunikacyjne” – wyraźnie określa zasady oferowania i realizowania dodatkowego świadczenia do usługi telekomunikacyjnej, tj. tego rodzaju usług, które są udostępniane na numerach o podwyższonej płatności, tzw. Premium Rate. W ocenie Spółki, przy świadczeniu usług, tj. udostępnianiu aplikacji „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki Atakują”, „Owocowe Bąbelki”, stosuje ona rzeczzone zasady, dochowując jednocześnie dalej idące zabezpieczenia niż te, które wynikają bezpośrednio z przepisów prawa, tj. ustawy Prawo telekomunikacyjne oraz przepisów ustaw zwyczajowo stosowanych, tj. ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (tekst jedn. Dz. U. z 2013 r., poz. 1422) – zwana dalej: „ustawą o świadczeniu usług drogą elektroniczną” i ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tekst jedn. Dz. U. z 2014 r., poz. 121) – zwana dalej: „k.c.”.

W dalszej części wyjaśnień Spółka wskazała, że gdyby informowała o koszcie wysłania SMSa pod numer o podwyższonej opłacie, już po poniesieniu przez abonenta

kosztu, naruszyłaby art. 64 ust. 2 ustawy Prawo telekomunikacyjne. Zdaniem Spółki, klauzule generalne, tj. dobre obyczaje, które rzekomo zostały naruszone przez Spółkę, wprowadzone przez ustawodawcę do przepisów ustaw, służą uelastycznieniu treści norm prawnych, nie pozwalają jednak na kreowanie przez Prezesa Urzędu powinności nienormowanych w prawie powszechnym.

Ponadto, Spółka wyjaśniła, że to przedsiębiorcy telekomunikacyjni, jako jedyni, prowadzą billingi abonenckie, gwarantują bieżący dostęp do nich, udostępniają też szereg opcji kontroli dostępu do wybranych usług (np. blokowanie numerów Premium Rate), powiadomienia o przekroczonych progach kosztowych na żądanie abonenta, kontrola rodzicielska i inne. Spółka nie prowadzi żadnych bezpośrednich rozliczeń z abonentami i nie posiada dostępu do systemów billingowych operatora telekomunikacyjnego. Zgodnie z przepisami prawa telekomunikacyjnego tylko operator telekomunikacyjny, z którym abonent zawarł umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych, może przetwarzać dane telekomunikacyjne i rozliczać abonentów za korzystanie z usług telekomunikacyjnych. Spółka wskazała, że stosowna informacja jest przez nią publikowana w akceptowanych przez abonentów umowach licencyjnych, wynika także z abonenckich umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych i regulaminów świadczenia usług telekomunikacyjnych. W związku z powyższym Spółka stoi na stanowisku, że nie może informować o rzeczywistych kosztach poniesionych przez abonentów w sposób nie wprowadzający w błąd, jako że nie jest podmiotem naliczającym i rozliczającym te koszty. Spółka nie zna warunków finansowych wynikających z umów zawartych przez operatorów z poszczególnymi abonentami, tj. ewentualnych upustów, korzystania z usług w ramach wykupionego abonamentu, korzystania z usług o podwyższonej wartości na zasadzie wyłączenia spod rozliczeń, itd.

Zdaniem Spółki, może ona wyłącznie przypuszczać, na podstawie liczby wysłanych SMS-ów pod obsługiwane przez nią numery o podwyższonej płatności, że łączny koszt wysłanych SMS-ów ma określoną wartość. Rzeczywiste koszty poniesione przez abonenta Spółka mogłaby podawać tylko w sytuacji, gdyby operator udostępnił jej raporty operatorskie, zawierające wykaz numerów MSISDN oraz sposób ich rozliczenia. Tymczasem zgodnie z praktyką oraz warunkami umów, które Spółka posiada z operatorami, raporty operatorskie są jej dostarczane dopiero po zakończeniu miesiąca, w terminie nawet miesięcznym od zakończenia okresu rozliczeniowego (termin jest różny w zależności od operatora) i nie zawierają żadnych informacji o abonentach, którzy zamówili jej usługi. Spółka dodatkowo stwierdziła, że informację o rzeczywistych kosztach każdy abonent może pozyskać tylko od swojego operatora w każdej chwili i w każdym miejscu (może np. uruchomić darmowe powiadomienia o progach kosztowych).

Spółka wyjaśniła, że stosuje w polityce informowania o kosztach usług zasady określone bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa, w szczególności art. 64 ust. 2 ustawy Prawo telekomunikacyjne oraz art. 384 k.c. w zw. z art. 8 ust. 2 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. W ocenie Spółki, zastosowała ona najwyższe z możliwych zabezpieczeń w tym względzie, a polegają one na:

- publikacji we wszelkich źródłach, gdzie znajduje się informacja o aplikacjach, również informacji o znajdujących się w nich opcjach dodatkowych, które mogą być dobrowolnie zamawiane w trakcie gry, miejsca dostępności regulaminów i innych danych Spółki, których zakres wyznaczają przepisy prawa;
- publikacji umowy licencyjnej i cennika na stronie WAP, z którą łączy się każdy abonent pobierający aplikację na telefon za pomocą telefonu.

W końcowej części wyjaśnień, Spółka stwierdziła, że świadczenie dodatkowe do usługi telekomunikacyjnej nie jest regulowane przepisami prawa, a CT Creative Team S.A.

zachowując szczególną ostrożność, wprowadziła obowiązek akceptacji umowy licencyjnej i cennika płatnych dodatków przed podjęciem gry, a także domyślnie obowiązek dwukrotnej akceptacji każdego zamówienia płatnego dodatku. Ponadto, Spółka wskazała na wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie z dnia 25 kwietnia 2012 r., sygn. V CA 556/12 wydany, w ocenie Spółki, w analogicznej sprawie pod względem faktycznym i prawnym. W uzasadnieniu ww. wyroku, Sąd stwierdził m.in., że: przed przystąpieniem do korzystania z gier abonent zaakceptował zarówno regulamin każdej gry, jak też cennik nieobowiązkowych dodatkowych opcji gier; tylko od użytkownika zależało, czy poprzestanie na bezpłatnej wersji gry, czy też zamówi dodatkowe odpłatne funkcje; w przedmiotowej sprawie doszło do użyczenia – przekazania telefonów komórkowych osobie małoletniej, a CT Creative Team S.A. zastrzegło w umowach licencyjnych, że aplikacje są dedykowane dla abonentów; konieczność potwierdzenia znajomości regulaminu, a także pojawiająca się informacja o cenniku w sposób dostateczny informuje użytkownika gry o istnieniu dodatkowych opcji płatnych; fakt oferowania bezpłatnych gier tego typu z ułatwiającymi grę opcjami płatnymi jest powszechnie znany; sam sposób zawierania umów tego typu charakteryzuje się brakiem bezpośredniego kontaktu pomiędzy stronami, co prowadzi do wniosku, że sygnalizacja akceptacji regulaminu i cennika odpowiada złożeniu podpisu pod dokumentem zawierającym ich treść; sam fakt, że istnieje cennik jest wystarczający dla przeciętnego konsumenta do wyciągnięcia wniosku, że przynajmniej niektóre możliwości gry są odpłatne; przeciętny konsument nie może zawierać umowy wyłącznie na podstawie reklamy, nie może potwierdzać znajomości regulaminu bez rzeczywistego zapoznania się z nim, wreszcie nie może ignorować istnienia cennika, działanie takie jest zaprzeczeniem takich cech jak ostrożność, zachowanie należytej uwagi.

Spółka, mając na uwadze przedstawione przez nią stanowisko, zwróciła się z prośbą o wskazanie przepisu prawa, któremu Spółka mogła uchybić w związku z naruszeniem „dobrego obyczaju”, dotychczas nie znanego Spółce i nie funkcjonującego w obrocie świadczeniem dodanym do usługi telekomunikacyjnej, co pozwoli Spółce na skorzystanie z przysługującego jej prawa ustosunkowania się do zarzutu.

Ponadto, Spółka przekazała zeznanie o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) przez podatnika podatku dochodowego od osób prawnych za rok podatkowy 2013 (dowód: karty Nr 362 – 365).

Pismem z dnia 28 października 2014 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego i możliwości zapoznania się z aktami sprawy (dowód: karta Nr 367).

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

CT Creative Team Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym pod numerem 0000035069, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla M.ST Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego (dowód: karty Nr 346 – 351).

Spółka jest dostawcą usługi o podwyższonej opłacie, o której mowa w art. 64 ust. 1 ustawy Prawo telekomunikacyjne. Spółka udostępnia abonentom sieci GSM różnego rodzaju usługi i produkty multimedialne na telefony komórkowe (dowód: karta Nr 50).

CT Creative Team S.A. w latach 2012 i 2013 dysponowała czasem reklamowym, który mogła wykorzystać do promocji własnych produktów i usług w następujących kanałach: ESKA TV, MTV, VIVA, Disney XD, Disney Channel, Boomerang, CN, Polsat, TV4, Tvp 1, Tvp 2. Spółka oświadczyła, że nie prowadzi ani nie przechowuje

harmonogramów nadawania danej reklamy z oznaczeniem dokładnej daty i godziny jej emisji. Informacje w tym przedmiocie nie były przez Spółkę gromadzone i archiwizowane.

Spółka stworzyła model aplikacji stanowiących interaktywne gry dedykowane na telefony komórkowe, pod nazwą „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki atakują”, „Owocowe bąbelki” – zwane dalej również: „Aplikacje”. Aplikacje udostępniane są przez Spółkę bezpłatnie, można je zamówić m.in. poprzez numer darmowy 8064, pobierając plik z grą bezpośrednio ze strony internetowej na swój telefon komórkowy, poprzez mobilną stronę danej aplikacji prowadzoną w domenie m.wapster.pl. (dowód: karta Nr 189).

Aplikacje mogą być używane bezpłatnie. Spółka nie pobiera opłat za samo używanie aplikacji tj. użytkownik otrzymuje bezpłatną licencję na korzystanie z aplikacji i ma zapewnione funkcje umożliwiające bezpłatną grę. Użytkownik może przestać na korzystaniu z aplikacji w wersji bezpłatnej, nie będzie obciążony jakimikolwiek kosztami np. ze względu na czas używania aplikacji, ma możliwość nieograniczonej ilości rozpoczynania gry po utracie wszystkich szans (dowód: karta Nr 191). Spółka opracowała regulamin usługi (umowę licencyjną), poinformowała o miejscu dostępności regulaminu i udostępniła regulamin w taki sposób, aby każdy, przed zamówieniem usługi, mógł zapoznać się z tą umową w Internecie (na dedykowanych stronach internetowych i za pośrednictwem www.wapster.pl), na mobilnej wersji portalu m.wapster.pl oraz bezpośrednio w Aplikacjach. Umowa licencyjna może być odtworzona nie tylko na komputerze, ale też na telefonie komórkowym (dowód: karta Nr 192).

Samo pobranie Aplikacji nie skutkuje automatycznym jej uruchomieniem na telefonie komórkowym. W celu uruchomienia Aplikacji należy postępować zgodnie ze standardowymi zasadami uruchamiania Aplikacji i gier przewidzianymi przez producenta dla danego modelu telefonu. Po uruchomieniu Aplikacji zainstalowanej na telefonie (bez znaczenia jaki jest jego producent lub model), użytkownikowi wyświetlają się automatycznie dane dotyczące warunków korzystania z Aplikacji, tj. umowa licencyjna (regulamin) oraz opis Aplikacji wraz z cennikiem znajdującym się w umowie licencyjnej. Użytkownik, który uruchamia Aplikację na telefonie komórkowym, obowiązany jest do złożenia świadomego oświadczenia o tym, że akceptuje automatycznie wyświetlone mu warunki korzystania z Aplikacji oraz umowę licencyjną, co czyni poprzez wciśnięcie w swoim telefonie przycisku „akceptuję”, w przeciwnym wypadku, Aplikacja automatycznie wyłącza się i nie można z niej korzystać. Każdorazowe uruchomienie Aplikacji na telefonie komórkowym użytkownika skutkuje ponownym wyświetleniem mu zasad korzystania z Aplikacji (cennika i umowy licencyjnej) i żądaniem akceptacji zasad korzystania z gry poprzez wciśnięcie „ok” (dowód: karta Nr 192).

W Aplikacjach udostępnione są **odpłatnie dodatkowe, nieobowiązkowe Opcje Płatne, które można zamówić tylko i wyłącznie w trakcie prowadzenia gry** (dowód: karta Nr 197). Spółka wyjaśniła na przykładzie wybranej nieobowiązkowej Opcji Płatnej, dostępnej w aplikacji „Owocowe bąbelki” zasady korzystania z płatnych dodatków, wskazując, że zasady są standardowe we wszystkich Aplikacjach (dowód: karty Nr 193 – 194):

„Przykład:

Nieobowiązkowa opcja płatna „ulepszenie mocy pomimo braku bąbelków” (opisana jest w §4 ust. 4 umowy licencyjnej) jest pomocą w grze, polegającą np. zwiększeniu zasięgu uderzenia.

Treść wyświetlanego komunikatu:

„Masz za mało bąbelków. Czy mimo to chcesz rozwinąć moc?”

Komendy do wyboru:

TAK/NIE

Po wciśnięciu komendy NIE użytkownik wraca do gry i może grać bezpłatnie. Koszt poniesiony przez użytkownika 0 zł.

Po wciśnięciu komendy TAK lub OK wyświetla się kolejny komunikat.

Treść komunikatu (platforma android):

„ W celu włączenia wybranej opcji konieczne jest wyrażenie zgody na wysłanie wiadomości na skrócony numer specjalny 7928 /jedenaście zł siedem gr/ 11,07zł, stawka zgodnie z cennikiem operatora sieci komórkowej. Naciśnięcie przycisku „Zawsze OK” oznacza wyrażenie zgody na wysyłanie wiadomości, na skrócone numery specjalne 7228 /dwa zł czterdzieści sześć gr/ 2,46zł, 7428 /cztery zł dziewięćdziesiąt dwa gr/ 4,92zł, 7928 /jedenaście zł siedem gr/ 11,07zł, po uprzednim potwierdzeniu zamówienia konkretnej dodatkowej opcji płatnej. Szczegółowa informacja znajduje się w głównym menu pod pozycją 'Info'.

Komendy do wyboru:

OK/ANULUJ/ZAWSZE OK.”

Po wybraniu potwierdzenia następuje wysłanie wiadomości SMS, natomiast Aplikacja automatycznie aktywuje potwierdzoną Opcję Płatną. Po anulowaniu użytkownik wraca do gry bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów. Spółka oświadczyła, że schemat zamawiania wszystkich opcji płatnych we wszystkich Aplikacjach jest identyczny z opisanym powyżej (dowód: karta Nr 194). Aby wysłać wiadomość SMS i zamówić nieobowiązkową Opcję Płatną, użytkownik musi wcisnąć na swoim telefonie odpowiednią komendę. Spółka oświadczyła, że **użytkownik nie wpisuje samodzielnie treści SMS-a** (dowód: karta Nr 206). Przykładowa treść wysyłanych z aplikacji SMS-ów: Aplikacja „Roślinki vs. Robale”: ANDR#ROBALE#2XREGSPEED, ANDR#ROBALE#BASESTRENGTH12; Aplikacja „Magiczny Totem”: ANDM#TOTEM#IMMORTALITY, ANDM#TOTEM#LEVELUP; Aplikacja „Odpicuj Fure”: ANDR#ODPICUJFURE2#ABO#, ANDR#ODPICUJFURE2#BANK#2; Aplikacja „Zierzaki Atakują”: ANDR#ATAK#4HE3SQ, ANDR#ATAK#BULLETTIME; Aplikacja „Owocowe Bąbelki”: ANDR#BUBBLE#CONTINUE, ANDR#BUBBLE#LEVEL (dowód: karty Nr 202 – 206). Konsument nie może zweryfikować, ile SMS-ów już wysłał i na jakie numery o podwyższonej opłacie, bo one nie zostają w pamięci telefonu.

Ponadto, Spółka wyjaśniła, że opcja „Zawsze ok.” działa wyłącznie na wybranych modelach telefonów obsługujących określone wersje systemu operacyjnego Android i wynika ze specyfiki tego systemu. System Android diagnozuje, jeszcze przed instalacją przez abonenta Aplikacji na swoim telefonie, cechy istotne produktu i na tym etapie abonent jest powiadamiany, niezależnie od informacji wyświetlanych przez Spółkę, o istnieniu płatnych mechanizmów. Co więcej, bezwzględnym wymogiem zainstalowania Aplikacji w telefonie, stawianym przez system operacyjny Android, jest odgórne i świadome wyrażenie zgody na nielimitowane nawiązywanie płatnych połączeń SMS, na wszelkie numery o podwyższonej płatności. Jeżeli użytkownik nie wyrazi zgody, system Android automatycznie zablokuje możliwość instalacji Aplikacji w telefonie. Spółka nie ma żadnego wpływu na ten mechanizm systemu operacyjnego Android, nie ma też możliwości zmodyfikowania go, ani ingerowania w treść jakichkolwiek informacji prezentowanych przez system abonentom. Za pomocą opcji „Zawsze ok.” Spółka umożliwia użytkownikom urządzeń działających w systemie Android powrót do systemowych ustawień, tj. otwartej zgody na płatne połączenia, którą abonent wyraził w momencie instalacji Aplikacji, poprzez potwierdzenie dokonane bezpośrednio w systemie operacyjnym Android (dowód: karta nr 256).

Konsekwencje wyboru opcji „Zawsze OK” opisane zostały w komunikacie wyświetlanym użytkownikowi i polegają one na tym, że po skorzystaniu z tej funkcji, Aplikacja będzie każdorazowo wymagała od użytkownika jednokrotnego zatwierdzenia wyboru płatnego dodatku (zamiast dwukrotnego), czyli tylko wyboru Opcji Płatnej. **W tym przypadku nie dochodzi do wyświetlenia drugiego komunikatu z numerem Premium Rate i kosztem wysłania SMS-a na ten numer**, jako że został on przez abonenta wyłączony. Niemniej jednak abonent ma bieżący dostęp do cennika opcji, a każdy płatny dodatek ma indywidualną nazwę, zatem zidentyfikowanie go w cenniku jest bezproblemowe. Jednocześnie Spółka wyjaśniła, że abonent może wyłączyć drugie powiadomienie zawierające informację o numerze o podwyższonej płatności dopiero w momencie zamawiania nieobowiązkowej Opcji Płatnej. Oznacza to, że abonent nie może zastosować takich ustawień Aplikacji wcześniej, czyli przed podjęciem pierwszej próby zamówienia nieobowiązkowej Opcji Płatnej (dowód: karty Nr 256 – 257). **Konsekwencje wyboru opcji „Zawsze OK” nie zostały opisane w umowach licencyjnych Aplikacji, z którymi konsument zapoznaje się przed rozpoczęciem gry.**

Po włączeniu przez abonenta ustawień „Zawsze OK”, użytkownik dokona zamówienia już przez siebie wytypowanej nieobowiązkowej Opcji Płatnej, czyli nastąpi wysłanie SMS-a pod numer o podwyższonej płatności. Zamówienie kolejnych nieobowiązkowych Opcji Płatnych, w dalszym ciągu będzie wymagało potwierdzenia zamówienia, za pomocą zatwierdzenia dyspozycji odpowiednim przyciskiem, które w tym trybie jest dokonywane jednokrotnie i jest jednoznaczne z wysyłką SMS-a. Aplikacja, po zatwierdzeniu przez abonenta wyboru określonej Opcji Płatnej, nie wyświetli drugiego komunikatu (dowód: karta Nr 257).

W związku z wystąpieniem przez Prezesa Urzędu o przekazanie screenów komunikatów – w odniesieniu do każdej z dostępnych Opcji Płatnych w Aplikacjach „Roślinki vs Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki Atakują”, „Owocowe Bąbelki” – wyświetlanych w trakcie gry na ekranie telefonu komórkowego użytkownika – obejmujących wyświetlenie zapytania o skorzystanie z dostępnych Opcji Płatnych oraz – obejmujących wyświetlenie prośby o potwierdzenie wysyłki SMS na dany numer Premium Rate w przypadku, gdy użytkownik zdecyduje się na skorzystanie z dostępnych Opcji Płatnych – Spółka oświadczyła, że nie posiada screenów wszystkich wymienionych w wezwaniu Prezesa Urzędu opcji. Spółka dysponuje wyłącznie przykładowymi screenami z poszczególnych aplikacji, które są wykorzystywane do zobrazowania przebiegu zamówienia płatnego dodatku (dowód: karta Nr 292).

Na podstawie przekazanych przez Spółkę przykładowych **screenów z aplikacji „Roślinki vs. Robale”** wskazujących przebieg zamówienia płatnego dodatku – Prezes Urzędu ustalił, że użytkownikowi telefonu komórkowego wyświetlane są następujące komunikaty (dowód: karty Nr 292 verte, 297):

Treść pierwszego wyświetlanego komunikatu: „*Dokupić 50,120 albo 350 kropelek?*”
Komendy do wyboru: *Innym razem/ Dokup 350*

Treść drugiego wyświetlanego komunikatu: „*Przesyłanie wiadomości*
W celu włączenia wybranej opcji konieczne jest wyrażenie zgody na wysłanie wiadomości na skrócony numer specjalny 7928/jedenaście zł siedem gr/11,07 zł, stawka zgodnie z cennikiem operatora sieci komórkowej. Naciśnięcie przycisku ‘Zawsze OK’ oznacza wyrażenie zgody na wysyłanie wiadomości, na skrócone numery specjalne 8064/całkowicie za darmo/0,00 zł, 2800/cena jak za zwykłego smsa w sieci (stawka według cennika operatora), 7228/dwa zł czterdzieści sześć gr/2,46zł, 7428/cztery zł dziewięćdziesiąt dwa gr/4,92zł, 7928/jedenaście zł

siedem gr/11,07zł, po uprzednim potwierdzeniu zamówienia konkretnej dodatkowej opcji płatnej. Szczegółowa informacja znajduje się w głównym menu pod pozycją 'Info'."

Komendy do wyboru: *OK/Anuluj/Zawsze OK*

Po dokonaniu wyboru komendy „Zawsze OK” wyświetlana jest treść tylko pierwszego komunikatu, nie wyświetla się treść drugiego komunikatu z numerem Premium Rate i kosztem wysłania SMS-a na ten numer.

Na podstawie przekazanych przez Spółkę przykładowych **screenów z aplikacji „Magiczny Totem”** wskazujących przebieg zamówienia płatnego dodatku – Prezes Urzędu ustalił, że użytkownikowi telefonu komórkowego wyświetlane są następujące komunikaty (dowód: karty Nr 293, 297 verte):

Treść pierwszego wyświetlanego komunikatu: *„W każdej chwili możesz dokupić spadochrony! Chcesz?”*

Komendy do wyboru: *Tak/Nie*

Treść drugiego wyświetlanego komunikatu: *„Przesyłanie wiadomości*

W celu włączenia wybranej opcji konieczne jest wyrażenie zgody na wysłanie wiadomości na skrócony numer specjalny 7928/jedenaście zł siedem gr/11,07 zł, stawka zgodnie z cennikiem operatora sieci komórkowej. Naciśnięcie przycisku 'Zawsze OK' oznacza wyrażenie zgody na wysyłanie wiadomości, na skrócone numery specjalne 8064/całkowicie za darmo/0,00 zł, 2800/cena jak za zwykłego smsa w sieci (stawka według cennika operatora), 7228/dwa zł czterdzieści sześć gr/2,46zł, 7428/cztery zł dziewięćdziesiąt dwa gr/4,92zł, 7928/jedenaście zł siedem gr/11,07zł, po uprzednim potwierdzeniu zamówienia konkretnej dodatkowej opcji płatnej. Szczegółowa informacja znajduje się w głównym menu pod pozycją 'Info'."

Komendy do wyboru: *OK/Anuluj/Zawsze OK*

Po dokonaniu wyboru komendy „Zawsze OK” wyświetlana jest treść tylko pierwszego komunikatu, nie wyświetla się treść drugiego komunikatu z numerem Premium Rate i kosztem wysłania SMS-a na ten numer.

Na podstawie przekazanych przez Spółkę przykładowych **screenów z aplikacji „Odpicuj Fure”** wskazujących przebieg zamówienia płatnego dodatku – Prezes Urzędu ustalił, że użytkownikowi telefonu komórkowego wyświetlane są następujące komunikaty (dowód: karty Nr 293 verte – 294, 298):

Treść pierwszego wyświetlanego komunikatu:

„Kup paliwo na stacji +

Rejestracja –

Ubezpieczenie –

Zdobądź robotę jako mechanik –

Hej ho, hej ho, do pracy by się szło!”

Komendy do wyboru: *Omiń/Garaż*

Treść drugiego wyświetlanego komunikatu: *„Przesyłanie wiadomości*

W celu włączenia wybranej opcji konieczne jest wyrażenie zgody na wysłanie wiadomości na skrócony numer specjalny 7928/jedenaście zł siedem gr/11,07 zł, stawka zgodnie z cennikiem operatora sieci komórkowej. Naciśnięcie przycisku 'Zawsze OK' oznacza wyrażenie zgody na wysyłanie wiadomości, na skrócone numery specjalne 8064/całkowicie za darmo/0,00 zł, 2800/cena jak za zwykłego smsa w sieci (stawka według cennika operatora), 7228/dwa zł czterdzieści sześć gr/2,46zł, 7428/cztery zł dziewięćdziesiąt dwa gr/4,92zł, 7928/jedenaście zł siedem gr/11,07zł, po uprzednim potwierdzeniu zamówienia konkretnej dodatkowej opcji płatnej. Szczegółowa informacja znajduje się w głównym menu pod pozycją 'Info'."

Komendy do wyboru: *OK/Anuluj/Zawsze OK*

W tym przypadku użytkownik ma obowiązek wykonania określonych zadań, które może ominąć poprzez wysłanie SMS i zaliczenie tego zadania.

Po dokonaniu wyboru komendy „Zawsze OK” wyświetlana jest treść tylko pierwszego komunikatu, nie wyświetla się treść drugiego komunikatu z numerem Premium Rate i kosztem wysłania SMS-a na ten numer.

Na podstawie przekazanych przez Spółkę przykładowych **screenów z aplikacji „Zwierzaki Atakują”** wskazujących przebieg zamówienia płatnego dodatku – Prezes Urzędu ustalił, że użytkownikowi telefonu komórkowego wyświetlane są następujące komunikaty (dowód: karty Nr 294 verte – 295, 298 verte – 299):

Treść pierwszego wyświetlanego komunikatu: *„Pozostał Ci jeden zwierzak i ponad jeden niedźwiedź do ubicia. Czy chcesz wywołać trzęsienie ziemi?”*

Komendy do wyboru: *NIE/TAK*

Treść drugiego wyświetlanego komunikatu: *„Przesyłanie wiadomości*

W celu włączenia wybranej opcji konieczne jest wyrażenie zgody na wysłanie wiadomości na skrócony numer specjalny 7928/jedenaście zł siedem gr/11,07 zł, stawka zgodnie z cennikiem operatora sieci komórkowej. Naciśnięcie przycisku ‘Zawsze OK’ oznacza wyrażenie zgody na wysyłanie wiadomości, na skrócone numery specjalne 8064/całkowicie za darmo/0,00 zł, 2800/cena jak za zwykłego smsa w sieci (stawka według cennika operatora), 7228/dwa zł czterdzieści sześć gr/2,46zł, 7428/cztery zł dziewięćdziesiąt dwa gr/4,92zł, 7928/jedenaście zł siedem gr/11,07zł, po uprzednim potwierdzeniu zamówienia konkretnej dodatkowej opcji płatnej. Szczegółowa informacja znajduje się w głównym menu pod pozycją ‘Info’.”

Komendy do wyboru: *OK/Anuluj/Zawsze OK*

Po dokonaniu wyboru komendy „Zawsze OK” wyświetlana jest treść tylko pierwszego komunikatu, nie wyświetla się treść drugiego komunikatu z numerem Premium Rate i kosztem wysłania SMS-a na ten numer.

Na podstawie przekazanych przez Spółkę przykładowych **screenów z aplikacji „Owocowe Bąbelki”** wskazujących przebieg zamówienia płatnego dodatku – Prezes Urzędu ustalił, że użytkownikowi telefonu komórkowego wyświetlane są następujące komunikaty (dowód: karty Nr 295 verte, 299):

Treść pierwszego wyświetlanego komunikatu: *„Masz za mało bąbelków. Czy mimo to chcesz rozwinąć moc?”*

Komendy do wyboru: *Tak/Nie*

Treść drugiego wyświetlanego komunikatu: *„Przesyłanie wiadomości*

W celu włączenia wybranej opcji konieczne jest wyrażenie zgody na wysłanie wiadomości na skrócony numer specjalny 7928/jedenaście zł siedem gr/11,07 zł, stawka zgodnie z cennikiem operatora sieci komórkowej. Naciśnięcie przycisku ‘Zawsze OK’ oznacza wyrażenie zgody na wysyłanie wiadomości, na skrócone numery specjalne 8064/całkowicie za darmo/0,00 zł, 2800/cena jak za zwykłego smsa w sieci (stawka według cennika operatora), 7228/dwa zł czterdzieści sześć gr/2,46zł, 7428/cztery zł dziewięćdziesiąt dwa gr/4,92zł, 7928/jedenaście zł siedem gr/11,07zł, po uprzednim potwierdzeniu zamówienia konkretnej dodatkowej opcji płatnej. Szczegółowa informacja znajduje się w głównym menu pod pozycją ‘Info’.”

Komendy do wyboru: *OK/Anuluj/Zawsze OK*

Po dokonaniu wyboru komendy „Zawsze OK” wyświetlana jest treść tylko pierwszego komunikatu, nie wyświetla się treść drugiego komunikatu z numerem Premium Rate i

kosztem wysłania SMS-a na ten numer.

Jednocześnie Spółka wyjaśniła, że po zatwierdzeniu dyspozycji „ok” użytkownik dokona zamówienia już przez siebie wytypowanej nieobowiązkowej Opcji Płatnej, czyli nastąpi wysłanie SMS pod numer o podwyższonej płatności. Zamówienie każdej kolejnej nieobowiązkowej Opcji Płatnej będzie wymagało podwójnego zatwierdzenia (dowód: karta Nr 296 verte). Z kolei, po włączeniu przez abonenta ustawień „Zawsze ok”, użytkownik dokona zamówienia już przez siebie wytypowanej nieobowiązkowej Opcji Płatnej, czyli nastąpi wysłanie SMS pod numer o podwyższonej płatności. Zamówienie kolejnych nieobowiązkowych Opcji Płatnych, w dalszym ciągu będzie wymagało potwierdzenia zamówienia, za pomocą zatwierdzenia dyspozycji odpowiednim przyciskiem, które w tym trybie jest dokonywane jednokrotnie i jest jednoznaczne z wysyłką SMS-a. Aplikacja, po zatwierdzeniu przez abonenta wyboru określonej Opcji Płatnej, nie wyświetli drugiego komunikatu – z numerem Premium Rate i kosztem wysłania SMS-a na ten numer (dowód: karty Nr 297 – 299).

Spółka oświadczyła (dowód: karty Nr 190 – 191), że Aplikacje „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki atakują”, „Owocowe bąbelki” nie mają jednego możliwego scenariusza rozgrywek. Gry nie mają charakteru zamkniętego, czyli nie polegają na tym, że użytkownik jedynie przechodzi poszczególne „etapy”, czy „poziomy” (nazewnictwo wprowadzone wyłącznie na potrzeby opisu) od momentu rozpoczęcia gry do końca, według jednego, konkretnego schematu. Nie ma takiej sytuacji, w której gracz musiałby wykonać w danym momencie tylko jeden konkretny ruch, który jako jedyny jest prawidłowy i jednocześnie warunkujący możliwość dalszej gry. **Aplikacje skonstruowane są w taki sposób, że możliwa jest zabawa wręcz w nieskończoność, czyli przez nieoznaczony okres, ze względu właśnie na otwarty, rozwojowy scenariusz. Oznacza to, że w każdym momencie gry użytkownik może podjąć tak dużą ilość różnych decyzji, czy wykonać tak różne ruchy, że liczba kombinacji scenariuszy jest otwarta – zależna od indywidualnej gry danego użytkownika** (np. indywidualnych preferencji, decyzji, ruchów, czasu, strategii, wiedzy czy umiejętności). Moment pojawienia się konkretnego komunikatu zależny jest od scenariusza rozgrywki danego, indywidualnego gracza.

Spółka przy udostępnianiu Aplikacji podlega przepisom ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Zgodnie z art. 8 ust. 1 i 2 ww. ustawy, Usługodawca: 1) określa regulamin świadczenia usług drogą elektroniczną, zwany dalej "regulaminem"; 2) nieodpłatnie udostępnia usługobiorcy regulamin przed zawarciem umowy o świadczenie takich usług, a także - na jego żądanie - w taki sposób, który umożliwia pozyskanie, odtwarzanie i utrwalanie treści regulaminu za pomocą systemu teleinformatycznego, którym posługuje się usługobiorca (ust. 1). Usługobiorca nie jest związany tymi postanowieniami regulaminu, które nie zostały mu udostępnione w sposób, o którym mowa w ust. 1 pkt 2 (ust. 2).

Spółka, zgodnie z ustawą o świadczeniu usług drogą elektroniczną, udostępniła konsumentom regulamin, określając zasady i warunki korzystania z aplikacji „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki atakują”, „Owocowe bąbelki” w Umowach licencyjnych będących zarazem regulaminami tych usług. Umowy licencyjne Aplikacji przekazane wraz z pismem Spółki z dnia 18.07.2013 r. stosowane były przez cały 2013 r. (dowód: karta Nr 300, 209 – 227). Licencjodawcą jest CT Creative Team S.A. Licencjobiorcą jest abonent sieci GSM w rozumieniu przepisów ustawy Prawo telekomunikacyjne, który na mocy umowy licencyjnej korzysta z danej aplikacji. W umowach licencyjnych Aplikacji (stosowanych od 20.03.2014 r. – dowód: karta Nr 300) znalazły się następujące postanowienia:

Umowa licencyjna aplikacji „Roślinki vs. Robale” (dowód: karty Nr 327 – 328)

§ 1 ust. 2. *Licencjobiorca: Abonent sieci GSM w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne, który na mocy niniejszej umowy korzysta z aplikacji „Roślinki vs. Robale”.*

§ 2. ust. 1. *Umowa licencyjna reguluje zasady i warunki korzystania z aplikacji „Roślinki vs. Robale” udostępnianej na telefony komórkowe abonentom sieci GSM użytkującym aktywną kartę telefoniczną u jednego z polskich operatorów sieci GSM (dalej „licencja” lub „umowa”).*

§ 2 ust. 2. *Na mocy niniejszej umowy **Licencjodawca** posiadający pełne i nieograniczone prawa autorskie oraz pokrewne do aplikacji, **udziela Licencjobiorcy niewyłącznej licencji do korzystania z aplikacji „Roślinki vs. Robale”, z możliwością bezpłatnego rozpoczynania zabawy nieograniczoną ilość razy.***

§ 2 ust. 3. *Aplikacja „Roślinki vs. Robale” jest dystrybuowana bezpłatnie. Aby otrzymać aplikację należy wysłać bezpłatny SMS pod numer 8064 lub 8063 o treści zamówienia wskazanej w materiałach promocyjnych lub złożyć zamówienie na m.wapster.pl lub pobrać grę bezpośrednio ze strony www.roslinkivsrobale.pl. **Licencjobiorca nie płaci za zamówienie aplikacji na swój telefon.***

§ 2 ust. 4. *Każdy abonent, zwany dalej „Licencjobiorcą” lub „Użytkownikiem”, każdorazowo przed przystąpieniem do korzystania z aplikacji zobowiązany jest do zaakceptowania Umowy Licencyjnej, udostępnianej niezwłocznie po uruchomieniu aplikacji na telefonie komórkowym. Licencjobiorca potwierdza zapoznanie się z warunkami oraz wyraża zgodę na zaproponowane warunki korzystania z aplikacji poprzez zatwierdzenie przyciskiem zgody (np. „AKCEPTUJĘ”, „OK.”) na klawiaturze swojego telefonu. Brak akceptacji warunków skutkuje samoistnym wyłączeniem się aplikacji w telefonie.*

§ 3 ust. 5. **Opcje Płatne** - nieobowiązkowe, dodatkowe, specjalne funkcje dostępne w aplikacji, które nie są konieczne do prowadzenia gry, z **których korzystanie jest całkowicie dobrowolne i następuje poprzez wysłanie SMS pod wyświetlony przez aparat telefoniczny numer Premium Rate**, Numery Premium służące do zakupu specjalnych opcji odpłatnych gry to: 7228, 7254 — cena 2zł/2,46zł, z VAT; 7428, 7439 — cena 4zł/4,92zł z VAT, 7928, 7947 — cena 9zł/11,07zł z VAT. **Licencjobiorcy, który zdecyduje się na skorzystanie ze specjalnej, nieobowiązkowej płatnej opcji gry, na ekranie telefonu komórkowego zostanie wyświetlona prośba o potwierdzenie wysyłki SMS. Akceptacja następuje poprzez wciśnięcie odpowiedniej komendy i skutkuje wysłaniem SMS na wskazany numer Premium Rate.** Jednorazowo, tj. wysyłając jednego SMSa pod numer Premium Rate, Licencjobiorca zamawia tylko jedną, wskazaną w komunikacie wyboru, konkretną Opcję Płatną, którą może wykorzystać w dowolnym momencie. W przypadku rezygnacji z wysyłki SMS żadna opłata nie jest pobierana a użytkownik zachowuje prawo do korzystania z aplikacji na warunkach niniejszej Umowy Licencyjnej.

§ 3 ust. 7. **Premium Rate** – skrócone numery specjalne o podwyższonej wartości umożliwiające po wysłaniu SMS obciążenie konta abonenta post-paid lub pre-paid sieci **Operatora** dodatkową kwotą do zapłaty wynikającą z zamawianej usługi: 7228, 7254 – cena 2zł/2,46zł z VAT, 7428, 7439 – cena 4zł/4,92zł z VAT, 7928, 7947 – cena 9zł/11,07zł z VAT. Numery Premium Rate 7254, 7439, 7947 działają tylko w sieci Polkomtel S.A.

§ 4 ust. 1. **„ROŚLINKI VS. ROBALE” jest aplikacją dedykowaną na telefony komórkowe, udostępnianą nieodpłatnie. Licencjobiorca może prowadzić grę bezpłatnie. W przypadku utracenia wszystkich szans na dowolnym etapie zabawy, aby bezpłatnie kontynuować**

korzystanie z aplikacji, Licencjobiorca powinien ponownie rozpocząć grę. Licencjobiorca może rozpocząć grę bezpłatnie dowolną ilość razy.

§ 4 ust. 2. Gra składa się z 3 misji oraz 2 plansz końcowych. Na każdej misji gracz ma do przejścia 10 plansz. Awans do kolejnej misji następuje pod warunkiem ukończenia wszystkich plansz danej misji i zdobycia odpowiedniej ilości gwiazdek. **Szczegółowe zasady (etapy) gry oraz dostępne Opcje Płatne, do dobrowolnego skorzystania, prezentowane są Licencjobiorcy w trakcie zabawy.**

§ 4 ust. 3. W aplikacji dostępne są Opcje Płatne, które są dobrowolne i nieobowiązkowe. **Licencjobiorca sam decyduje w trakcie zabawy o skorzystaniu z danej Opcji Płatnej lub odstąpieniu od skorzystania z Opcji Płatnej.**

§ 4 ust. 4. **Korzystając z nieobowiązkowych, Opcji Płatnych Licencjobiorca może m.in.: dokupić kropelki wody, dodatkowy slot na roślinki, przyspieszyć regenerację roślinek, ominąć wirtualne zadania i zamówić inne, każdorazowo wskazywane w trakcie gry dodatkowe opcje.** Licencjobiorca może w każdej chwili zrezygnować z gry bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów a także rozpocząć grę bezpłatnie dowolną ilość razy.

§ 4 ust. 5. Nieobowiązkowe Opcje Płatne aplikacji dostępne są na następujących numerach Premium Rate:

<i>Premium Rate</i>	<i>Opcje Płatne</i>
7228, 7254 - cena 2zł/2,46zł z VAT	- wzmocnienie królestwa o 2 robale, - dodatkowe 50 kropelek.
7428, 7439 - cena 4 zł / 4,92 zł z VAT	- wzmocnienie królestwa o 5 robali, - dodatkowe 50 kropelek na start, - dodatkowe 120 kropelek
7928, 7947 - cena 9 zł / 11,07 zł. z VAT	- wzmocnienie królestwa o 12 robali, - dodatkowe 350 kropelek, - dodatkowe 150 kropelek na start, - zdobycie 5 gwiazdek na planszy, - zaliczenie wszystkich zadań na planszy, - zapis stanu gry, - 2 razy szybsza regeneracja roślinek, - ekstra slot.

§ 4 ust. 6. **Koszt wysłania jednej wiadomości SMS z telefonu komórkowego to:**

a. numer Premium Rate 7228, 7254 — cena 2 zł / 2,46 zł. z VAT;

b. numer Prermium Rate 7428, 7439 — cena 4 zł / 4,92 zł z VAT;

c. numer Premium Rate 7928, 7947 — cena 9 zł / 11,07 zł. z VAT;

d. numer 8064, 8063 - 0 zł.

e. numer 2800 - koszt zwykłego SMS-a, zgodnie z cennikiem Operatora GSM.

§ 4 ust. 7. Opłaty za korzystanie z Opcji Płatnych aplikacji pobierane są, zgodnie z Prawem telekomunikacyjnym, przez Operatora GSM, z którym Abonent zawarł umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

§ 4 ust. 8. **SMS pod numer Premium Rate z zamówieniem nieobowiązkowej opcji płatnej jest wysyłany bezpośrednio z aplikacji, po zatwierdzeniu przez Licencjobiorcę. Każdorazowo**

Licencjobiorca zamawia jedną, wskazaną w komunikacie wyboru, konkretną Opcję Płatną, spośród wymienionych w ust. 5 powyżej.

§ 6 ust. 3. Licencjobiorca ponosi koszty wynikające z cennika w związku z korzystaniem z dobrowolnych, nieobowiązkowych Opcji Płatnych dostępnych w aplikacji.

Umowa licencyjna aplikacji „Magiczny Totem” (dowód: karty Nr 329 – 330)

§ 1 ust. 2. Licencjobiorca: Abonent sieci GSM w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne, który na mocy niniejszej umowy korzysta z aplikacji „Magiczny Totem”.

§ 2. ust. 1. Umowa licencyjna reguluje zasady i warunki korzystania z aplikacji „Magiczny Totem” udostępnianej na telefony komórkowe abonentom sieci GSM użytkującym aktywną kartę telefoniczną u jednego z polskich operatorów sieci GSM (dalej „licencja” lub „umowa”).

*§ 2 ust. 2. Na mocy niniejszej umowy **Licencjodawca** posiadający pełne i nieograniczone prawa autorskie oraz pokrewne do aplikacji, właściciel marki WapSter.pl, **udziela Licencjobiorcy niewyłącznej licencji do korzystania z aplikacji „Magiczny Totem”, z możliwością bezpłatnego prowadzenia i rozpoczynania zabawy nieograniczoną ilość razy.***

*§ 2 ust. 3. Aplikacja „Magiczny Totem” jest dystrybuowana bezpłatnie. Aby otrzymać aplikację należy wysłać bezpłatny SMS pod numer 8064 lub 8063 o treści zamówienia wskazanej w materiałach promocyjnych lub złożyć zamówienie na m.wapster.pl lub pobrać grę bezpośrednio ze strony www.magicznytotem.pl. **Licencjobiorca nie płaci za zamówienie aplikacji na swój telefon.***

§ 2 ust. 4. Każdy abonent, zwany dalej „Licencjobiorcą” lub „Użytkownikiem”, każdorazowo przed przystąpieniem do korzystania z aplikacji zobowiązany jest do zaakceptowania Umowy Licencyjnej, udostępnianej niezwłocznie po uruchomieniu aplikacji na telefonie komórkowym. Licencjobiorca potwierdza zapoznanie się z warunkami oraz wyraża zgodę na zaproponowane warunki korzystania z aplikacji poprzez zatwierdzenie przyciskiem zgody (np. „AKCEPTUJĘ”, „OK.”) na klawiaturze swojego telefonu. Brak akceptacji warunków skutkuje samoistnym wyłączeniem się aplikacji w telefonie.

*§ 3 ust. 5. **Opcje Płatne** - nieobowiązkowe, dodatkowe, specjalne funkcje dostępne w aplikacji, które nie są konieczne do prowadzenia gry, z których korzystanie jest całkowicie dobrowolne i następuje poprzez wysłanie SMS pod wyświetlony przez aparat telefoniczny numer **Premium Rate**. Numery Premium służące do zakupu specjalnych opcji odpłatnych gry to: 7228, 7254 — cena 2zł/2,46zł, z VAT; 7428, 7439 — cena 4zł/4,92zł z VAT, 7928, 7947 — cena 9zł/11,07zł z VAT. **Licencjobiorcy, który zdecyduje się na skorzystanie ze specjalnej, nieobowiązkowej płatnej opcji gry, na ekranie telefonu komórkowego zostanie wyświetlona prośba o potwierdzenie wysyłki SMS. Akceptacja następuje poprzez wciśnięcie odpowiedniej komendy i skutkuje wysłaniem SMS na wskazany numer Premium Rate. Jednorazowo, tj. wysyłając jednego SMSa pod numer Premium Rate, Licencjobiorca zamawia tylko jedną, wskazaną w komunikacie wyboru, konkretną Opcję Płatną, którą może wykorzystać w dowolnym momencie. W przypadku rezygnacji z wysyłki SMS żadna opłata nie jest pobierana a użytkownik zachowuje prawo do korzystania z aplikacji na warunkach niniejszej Umowy Licencyjnej.***

*§ 3 ust. 7. **Premium Rate** – skrócone numery specjalne o podwyższonej wartości umożliwiające po wysłaniu SMS obciążenie konta abonenta post-paid lub pre-paid sieci Operatora dodatkową kwotą do zapłaty wynikającą z zamawianej usługi: 7228, 7254 – cena 2zł/2,46zł z VAT, 7428, 7439 – cena 4zł/4,92zł z VAT, 7928, 7947 – cena 9zł/11,07zł z VAT.*

Numery Premium Rate 7254, 7223, 7439, 7947 działają tylko w sieci Polkomtel S.A.

§ 4 ust. 1. **Aplikacja „Magiczny Totem” umożliwia bezpłatną zabawę z tym, że czas na wykonanie zadań gry jest ograniczony.** W przypadku utracenia wszystkich szans, aby bezpłatnie kontynuować korzystanie z aplikacji, Użytkownik powinien ponownie rozpocząć grę. Licencjobiorca może rozpocząć grę bezpłatnie dowolną ilość razy.

§ 4 ust. 2. **Aplikacja „Magiczny Totem” jest interaktywną zabawą zręcznościowo-logiczną dedykowaną na telefony komórkowe.** Gra składa się z 50 plansz, na których znajduje się tytułowa figurka i polega na usuwaniu klocków z plansz. Klocki należy usuwać w odpowiedniej kolejności lub w odpowiednim momencie tak, żeby figurka nie dotknęła podłoża. Na start gracz otrzymuje 10 tzw. „żyć”, które traci każdorazowo przy zetknięciu figurki z podłożem. Po utraceniu wszystkich szans, w zależności od etapu gry, gracz cofa się do planszy 1 albo 10 albo 20 albo 30 albo 40, na której otrzymuje 3 dodatkowe „życia”. W przypadku utracenia reszty „żyć” należy rozpocząć grę od nowa lub skorzystać z nieobowiązkowej, dodatkowej Opcji Płatnej gry.

§ 4 ust. 3. **Szczegółowe zasady gry prezentowane są Licencjobiorcy w trakcie zabawy.**

§ 4 ust. 4. **Licencjobiorca aplikacji ma, w trakcie prowadzenia gry, możliwość dobrowolnego skorzystania z dodatkowych, nieobowiązkowych Opcji Płatnych, które wymagają wysłania SMS pod wskazane przez aparat telefoniczny numery Premium Rate. Korzystając z nieobowiązkowych, Opcji Płatnych Licencjobiorca może m.in.: znieść limit czasu na przejście plansz lub skorzystać z opcji pomocy ułatwiającej wykonanie danego zadania, ominąć wirtualne zadania, dokupić dodatkowe „życia” i zamówić inne, każdorazowo wskazywane w trakcie gry i opisane w instrukcji gry dodatkowe opcje. Korzystanie ze Opcji Płatnych jest dobrowolne. Licencjobiorca może w każdej chwili zrezygnować z gry bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów.**

§ 4 ust. 5. **Nieobowiązkowe Opcje Płatne gry dostępne są na następujących numerach Premium Rate:**

<i>Numer Premium Rate</i>	<i>Opcja Płatna</i>
7228, 7254 - cena 2 zł/2,46 zł z VAT	- życia w liczbie 10, - spadochrony w liczbie 3, - sterowania w liczbie 15 sek.
7428, 7439 - cena 4 zł / 4,92 zł z VAT	- życia w liczbie 20, - spadochrony w liczbie 6, - sterowania w liczbie 30 sek.
7928, 7947 - cena 9 zł / 11,07 zł. z VAT	- życia w liczbie 30, - spadochrony w liczbie 9, - sterowania w liczbie 45 sek., - wyłączenie limitów czasowych, - nieśmiertelność-tylko w aktualnej planszy, - przeskoczenie o jedną planszę w górę.

§ 4 ust. 6. **Koszt wysłania jednej wiadomości SMS z telefonu komórkowego to:**

a. numer Premium Rate 7228, 7254 — cena 2 zł / 2,46 zł. z VAT;

b. numer Prermium Rate 7428, 7439 — cena 4 zł / 4,92 zł z VAT;

c. numer Premium Rate 7928, 7947 — cena 9 zł / 11,07 zł. z VAT;

d. numer 8064, 8063 - 0 zł.

e. numer 2800 - koszt zwykłego SMS-a, zgodnie z cennikiem Operatora GSM.

§ 4 ust. 7. Opłaty za korzystanie z Opcji Płatnych aplikacji pobierane są, zgodnie z Prawem telekomunikacyjnym, przez Operatora GSM, z którym Abonent zawarł umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

§ 4 ust. 8. **SMS pod numer Premium Rate z zamówieniem nieobowiązkowej opcji płatnej jest wysyłany bezpośrednio z aplikacji, po zatwierdzeniu przez Licencjobiorcę. Każdorazowo Licencjobiorca zamawia jedną, wskazaną w komunikacie wyboru, konkretną Opcję Płatną, spośród wymienionych w ust. 5 powyżej.**

§ 6 ust. 3. **Licencjobiorca ponosi koszty wynikające z cennika w związku z korzystaniem z dobrowolnych, nieobowiązkowych Opcji Płatnych dostępnych w aplikacji.**

Umowa licencyjna aplikacji „Odpicuj Fure” (dowód: karty Nr 331 – 332)

§ 1 ust. 2. Licencjobiorca: Abonent sieci GSM w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne, który na mocy niniejszej umowy korzysta z aplikacji „Odpicuj Fure”.

§ 2. ust. 1. Umowa licencyjna reguluje zasady i warunki korzystania z aplikacji „Odpicuj Fure” udostępnianej na telefony komórkowe abonentom sieci GSM używającym aktywną kartę telefoniczną u jednego z polskich operatorów sieci GSM (dalej „licencja” lub „umowa”).

§ 2 ust. 2. Na mocy niniejszej umowy **Licencjodawca posiadający pełne i nieograniczone prawa autorskie oraz pokrewne do aplikacji, udziela Licencjobiorcy niewyłącznej licencji do korzystania z aplikacji „Odpicuj Fure”, z możliwością bezpłatnego rozpoczynania zabawy nieograniczoną ilość razy.**

§ 2 ust. 3. Aplikacja „Odpicuj Fure” jest dystrybuowana bezpłatnie. Aby otrzymać aplikację należy wysłać bezpłatny SMS pod numer 8064 lub 8063 o treści zamówienia wskazanej w materiałach promocyjnych lub złożyć zamówienie na m.wapster.pl lub pobrać grę bezpośrednio ze strony www.odpicujfure.pl. **Licencjobiorca nie płaci za zamówienie aplikacji na swój telefon.**

§ 2 ust. 4. Każdy abonent, zwany dalej „Licencjobiorcą” lub „Użytkownikiem”, każdorazowo przed przystąpieniem do korzystania z aplikacji zobowiązany jest do zaakceptowania Umowy Licencyjnej, udostępnianej niezwłocznie po uruchomieniu aplikacji na telefonie komórkowym. Licencjobiorca potwierdza zapoznanie się z warunkami oraz wyraża zgodę na zaproponowane warunki korzystania z aplikacji poprzez zatwierdzenie przyciskiem zgody (np. „AKCEPTUJĘ”, „OK.”) na klawiaturze swojego telefonu. Brak akceptacji warunków skutkuje samoistnym wyłączeniem się aplikacji w telefonie.

§ 3 ust. 5. **Opcje Płatne - nieobowiązkowe, dodatkowe, specjalne funkcje dostępne w aplikacji, które nie są konieczne do prowadzenia gry, z których korzystanie jest całkowicie dobrowolne i następuje poprzez wysłanie SMS pod wyświetlony przez aparat telefoniczny numer Premium Rate.** Numery Premium służące do zakupu specjalnych opcji odpłatnych gry to: 7228, 7254 — cena 2zł/2,46zł. z VAT; 7428, 7439 — cena 4zł/4,92zł z VAT, 7928, 7947 — cena 9zł/11,07zł z VAT. **Licencjobiorcy, który zdecyduje się na skorzystanie ze specjalnej, nieobowiązkowej płatnej opcji gry, na ekranie telefonu komórkowego zostanie wyświetlona prośba o potwierdzenie wysyłki SMS. Akceptacja następuje poprzez wciśnięcie odpowiedniej komendy i skutkuje wysłaniem SMS na wskazany numer Premium Rate.**

Jednorazowo, tj. wysyłając jednego SMSa pod numer Premium Rate, Licencjobiorca zamawia tylko jedną, wskazaną w komunikacie wyboru, konkretną Opcję Płatną, którą może wykorzystać w dowolnym momencie. W przypadku rezygnacji z wysyłki SMS żadna opłata nie jest pobierana a użytkownik zachowuje prawo do korzystania z aplikacji na warunkach niniejszej Umowy Licencyjnej.

§ 3 ust. 7. Premium Rate – skrócone numery specjalne o podwyższonej wartości umożliwiające po wysłaniu SMS obciążenie konta abonenta post-paid lub pre-paid sieci Operatora dodatkową kwotą do zapłaty wynikającą z zamawianej usługi: 7228, 7254 – cena 2zł/2,46zł z VAT, 7428, 7439 – cena 4zł/4,92zł z VAT, 7928, 7947 – cena 9zł/11,07zł z VAT. Numery Premium Rate 7254, 7439, 7947 działają tylko w sieci Polkomtel S.A.

§ 4 ust. 1. „Odpicuj Fure” jest aplikacją dedykowaną na telefony komórkowe, udostępnianą nieodpłatnie. Licencjobiorca może prowadzić grę bezpłatnie. W przypadku utracenia wszystkich szans na dowolnym etapie zabawy, aby bezpłatnie kontynuować korzystanie z aplikacji, Licencjobiorca powinien ponownie rozpocząć grę. Licencjobiorca może rozpocząć grę bezpłatnie dowolną ilość razy.

§ 4 ust. 2. Szczegółowe zasady (etapy) gry oraz dostępne Opcje Płatne, do dobrowolnego skorzystania, prezentowane są Licencjobiorcy w trakcie zabawy.

§ 4 ust. 3. W aplikacji dostępne są Opcje Płatne, które są dobrowolne i nieobowiązkowe. Licencjobiorca sam decyduje w trakcie zabawy o skorzystaniu z danej Opcji Płatnej lub odstąpieniu od skorzystania z Opcji Płatnej.

§ 4 ust. 4. Korzystając z nieobowiązkowych, Opcji Płatnych Licencjobiorca może m.in. pobrać wirtualną walutę, ominąć wirtualne zadania i zamówić inne, każdorazowo wskazywane w trakcie gry dodatkowe opcje. Licencjobiorca może w każdej chwili zrezygnować z gry bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów a także rozpocząć grę bezpłatnie dowolną ilość razy.

§ 4 ust. 5. Nieobowiązkowe Opcje Płatne aplikacji dostępne są na następujących numerach Premium Rate:

Numer Premium Rate	Opcja Płatna
7228, 7254 - cena 2zł/2,46zł z VAT	- pożyczka w banku na kwotę 5000, - uratowanie po przegranej, - odzyskanie hasła (Multiplayer), - SMSy o wynikach pojedynków na 6 dni (Multiplayer)
7428, 7439 - cena 4 zł / 4,92 zł z VAT	- pożyczka w banku na kwotę 10000, - SMSy o wynikach pojedynków na 14 dni (Multiplayer), - wysyłanie wiadomości do innych graczy na 14 dni (Multiplayer)
7928, 7947 - cena 9 zł / 11,07 zł. z VAT	- pożyczka w banku na kwotę 50000, - ominięcie zadania, - SMSy o wynikach pojedynków na 32 dni (Multiplayer), - wysyłanie wiadomości do innych graczy na 30 dni (Multiplayer)

§ 4 ust. 6. **Koszt wysłania jednej wiadomości SMS z telefonu komórkowego to:**

a. numer Premium Rate 7228, 7254 — cena 2 zł / 2,46 zł. z VAT;

b. numer Prerremium Rate 7428, 7439 — cena 4 zł / 4,92 zł z VAT;

c. numer Premium Rate 7928, 7947 — cena 9 zł / 11,07 zł. z VAT;

d. numer 8064, 8063 - 0 zł.

e. numer 2800 - koszt zwykłego SMS-a, zgodnie z cennikiem Operatora GSM.

§ 4 ust. 7. **Oplaty za korzystanie z Opcji Płatnych aplikacji pobierane są, zgodnie z Prawem telekomunikacyjnym, przez Operatora GSM, z którym Abonent zawarł umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych.**

§ 4 ust. 8. **SMS pod numer Premium Rate z zamówieniem nieobowiązkowej opcji płatnej jest wysyłany bezpośrednio z aplikacji, po zatwierdzeniu przez Licencjobiorcę. Każdorazowo Licencjobiorca zamawia jedną, wskazaną w komunikacie wyboru, konkretną Opcję Płatną, spośród wymienionych w ust. 5 powyżej.**

§ 6 ust. 3. **Licencjobiorca ponosi koszty wynikające z cennika w związku z korzystaniem z dobrowolnych, nieobowiązkowych Opcji Płatnych dostępnych w aplikacji.**

Umowa licencyjna aplikacji „Zwierzaki Atakują” (dowód: karty Nr 333 – 334)

§ 1 ust. 2. **Licencjobiorca: Abonent sieci GSM w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne, który na mocy niniejszej umowy korzysta z aplikacji „Zwierzaki Atakują”.**

§ 2. ust. 1. **Umowa licencyjna reguluje zasady i warunki korzystania z aplikacji „Zwierzaki Atakują” udostępnianej na telefony komórkowe abonentom sieci GSM użytkującym aktywną kartę telefoniczną u jednego z polskich operatorów sieci GSM (dalej „licencja” lub „umowa”).**

§ 2 ust. 2. **Na mocy niniejszej umowy Licencjodawca posiadający pełne i nieograniczone prawa autorskie oraz pokrewne do aplikacji, udziela Licencjobiorcy niewyłącznej, bezpłatnej licencji do korzystania z aplikacji „Zwierzaki Atakują”, z możliwością bezpłatnego rozpoczynania zabawy nieograniczoną ilość razy.**

§ 2 ust. 3. **Aplikacja „Zwierzaki Atakują” jest dystrybuowana bezpłatnie. Aby otrzymać aplikację należy wysłać bezpłatny SMS pod numer 8064 lub 8063 o treści zamówienia wskazanej w materiałach promocyjnych lub złożyć zamówienie na m.wapster.pl lub pobrać grę bezpośrednio ze strony www.zwierzakiatakuj.pl. Licencjobiorca nie płaci za zamówienie aplikacji na swój telefon.**

§ 2 ust. 4. **Każdy abonent, zwany dalej „Licencjobiorcą” lub „Użytkownikiem”, każdorazowo przed przystąpieniem do korzystania z aplikacji zobowiązany jest do zaakceptowania Umowy Licencyjnej, udostępnianej niezwłocznie po uruchomieniu aplikacji na telefonie komórkowym. Licencjobiorca potwierdza zapoznanie się z warunkami oraz wyraża zgodę na zaproponowane warunki korzystania z aplikacji poprzez zatwierdzenie przyciskiem zgody (np. „AKCEPTUJĘ”, „OK.”) na klawiaturze swojego telefonu. Brak akceptacji warunków skutkuje samoistnym wyłączeniem się aplikacji w telefonie.**

§ 3 ust. 5. **Opcje Płatne - nieobowiązkowe, dodatkowe, specjalne funkcje dostępne w aplikacji, które nie są konieczne do prowadzenia gry, z których korzystanie jest całkowicie dobrowolne i następuje poprzez wysłanie SMS pod wyświetlony przez aparat telefoniczny numer Premium Rate. Numery Premium służące do zakupu specjalnych opcji odpłatnych**

gry to: 7228, 7254 — cena 2zł/2,46zł. z VAT; 7428, 7439 — cena 4zł/4,92zł z VAT, 7928, 7947 — cena 9zł/11,07zł z VAT. **Licencjobiorcy, który zdecyduje się na skorzystanie ze specjalnej, nieobowiązkowej płatnej opcji gry, na ekranie telefonu komórkowego zostanie wyświetlona prośba o potwierdzenie wysyłki SMS. Akceptacja następuje poprzez wciśnięcie odpowiedniej komendy i skutkuje wysłaniem SMS na wskazany numer Premium Rate.** Jednorazowo, tj. wysyłając jednego SMSa pod numer Premium Rate, Licencjobiorca zamawia tylko jedną, wskazaną w komunikacie wyboru, konkretną Opcję Płatną, którą może wykorzystać w dowolnym momencie. W przypadku rezygnacji z wysyłki SMS żadna opłata nie jest pobierana a użytkownik zachowuje prawo do korzystania z aplikacji na warunkach niniejszej Umowy Licencyjnej.

§ 3 ust. 7. Premium Rate – skrócone numery specjalne o podwyższonej wartości umożliwiające po wysłaniu SMS obciążenie konta abonenta post-paid lub pre-paid sieci Operatora dodatkową kwotą do zapłaty wynikającą z zamawianej usługi: 7228, 7254 – cena 2zł/2,46zł z VAT, 7428, 7439 – cena 4zł/4,92zł z VAT, 7928, 7947 – cena 9zł/11,07zł z VAT. Numery Premium Rate 7254, 7439, 7947 działają tylko w sieci Polkomtel S.A.

§ 4 ust. 1. „Zwierzaki Atakują” to interaktywna gra zręcznościowa dedykowana na telefony komórkowe, udostępniana nieodpłatnie. Licencjobiorca może prowadzić grę bezpłatnie z tym, że czas na wykonanie zadań jest ograniczony oraz limitowana jest ilość szans. W przypadku utracenia wszystkich szans, na dowolnym etapie zabawy, aby bezpłatnie kontynuować korzystanie z aplikacji, licencjobiorca powinien ponownie rozpocząć grę. Licencjobiorca może rozpocząć grę bezpłatnie dowolną ilość razy.

§ 4 ust. 2. „Zadaniem gracza jest wyeliminowanie wszystkich znajdujących się na planszy niedźwiedzi oraz zniszczenie jak największej ilości klocków. **Szczegółowe zasady (etapy) gry oraz dostępne Opcje Płatne, do dobrowolnego wykorzystania, prezentowane są Licencjobiorcy w trakcie zabawy.**

§ 4 ust. 3. W aplikacji dostępne są Opcje Płatne, które są dobrowolne i nieobowiązkowe. **Licencjobiorca sam decyduje, w trakcie zabawy, o skorzystaniu z danej Opcji Płatnej lub odstąpieniu od skorzystania z Opcji Płatnej.** Dodatkowo Licencjobiorca może w każdej chwili zrezygnować z gry bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów a także rozpocząć grę bezpłatnie dowolną ilość razy.

§ 4 ust. 4. Licencjobiorcy, który zdecyduje się na skorzystanie z Opcji Płatnej, na ekranie telefonu komórkowego zostanie wyświetlona prośba o potwierdzenie wysyłki SMS na dany numer Premium Rate. Akceptacja następuje poprzez wciśnięcie odpowiedniej komendy i skutkuje wysłaniem SMS na wskazany numer Premium Rate.

§ 4 ust. 5. Nieobowiązkowe Opcje Płatne gry dostępne są na następujących numerach Premium Rate:

Numer Premium Rate	Opcja Płatna
7228, 7254 - cena 2zł/2,46zł z VAT	- sterowanie zwierzakiem w trakcie pojedynczego lotu, - bullet-time w trakcie pojedynczego strzału, - trajektoria przed pojedynczym strzałem, - kupno 1 żółwia, - kupno 1 skunksa, - kupno 1 królika.
7428, 7439 - cena 4 zł / 4,92	- podpalenie zwierzaka,

zł z VAT	- odebranie niedźwiedziom połowy żywności, - kupno 1 wiewiory, - kupno 1 jeża.
7928, 7947 - cena 9 zł / 11,07 zł. z VAT	- zaliczenie planszy i przejście do kolejnej, - sprowadzenie deszczu meteorytów, - wywołanie trzęsienia ziemi, - kupno pełnego zestawu zwierzaków (pełny zestaw składa się z 1 wiewiory, 1 jeża, 1 królika, 1 żółwia, 1 skunksa), - kupno zestawu złożonego z 4 jeży i 3 wiewiór, - kupno nieskończonej ilości żółwi, królików i skunksów, - podpalenie wszystkich zwierzaków (nie niedźwiedzi), - zapamiętywanie ustawienia wyrzutni z poprzedniego strzału, - wyłączenie limitu czasowego na strzał, - kupno złotego medalu, - kupno 100 dodatkowych prób, - odblokowanie wyspy, - odblokowanie planszy.

§ 4 ust. 6. **Koszt wysłania jednej wiadomości SMS z telefonu komórkowego to:**

a. numer Premium Rate 7228, 7254 — cena 2 zł / 2,46 zł. z VAT;

b. numer Prermium Rate 7428, 7439 — cena 4 zł / 4,92 zł z VAT;

c. numer Premium Rate 7928, 7947 — cena 9 zł / 11,07 zł. z VAT;

d. numer 8064, 8063 - 0 zł.

e. numer 2800 - koszt zwykłego SMS-a, zgodnie z cennikiem Operatora GSM.

§ 4 ust. 7. *Oplaty za korzystanie z Opcji Płatnych aplikacji pobierane są, zgodnie z Prawem telekomunikacyjnym, przez Operatora GSM, z którym Abonent zawarł umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych.*

§ 4 ust. 8. *SMS pod numer Premium Rate z zamówieniem nieobowiązkowej opcji płatnej jest wysyłany bezpośrednio z aplikacji, po zatwierdzeniu przez Licencjobiorcę. Każdorazowo Licencjobiorca zamawia jedną, wskazaną w komunikacie wyboru, konkretną Opcję Płatną, spośród wymienionych w ust. 5 powyżej.*

§ 6 ust. 3. *Licencjobiorca ponosi koszty wynikające z cennika w związku z korzystaniem z dobrowolnych, nieobowiązkowych Opcji Płatnych dostępnych w aplikacji.*

Umowa licencyjna aplikacji „Owocowe Bąbelki” (dowód: karty Nr 325 – 326)

§ 1 ust. 2. *Licencjobiorca: Abonent sieci GSM w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne, który na mocy niniejszej umowy korzysta z aplikacji „Owocowe Bąbelki”.*

§ 2. ust. 1. *Umowa licencyjna reguluje zasady i warunki korzystania z aplikacji „Owocowe Bąbelki” udostępnianej na telefony komórkowe abonentom sieci GSM używającym aktywną kartę SIM u jednego z polskich operatorów sieci GSM (dalej „licencja” lub „umowa”).*

§ 2 ust. 2. Na mocy niniejszej umowy **Licencjodawca** posiadający pełne i nieograniczone prawa autorskie oraz pokrewne do aplikacji, **udziela Licencjobiorcy niewyłącznej, bezpłatnej licencji do korzystania z aplikacji „Owocowe Bąbelki”, z możliwością bezpłatnego rozpoczynania zabawy nieograniczoną ilość razy.**

§ 2 ust. 3. Aplikacja „Owocowe Bąbelki” jest dystrybuowana bezpłatnie. Aby otrzymać aplikację należy wysłać bezpłatny SMS pod numer 8064 lub 8063 o treści zamówienia wskazanej w materiałach promocyjnych lub złożyć zamówienie na m.wapster.pl lub pobrać grę bezpośrednio ze strony www.owocowebabelki.pl. **Licencjobiorca nie płaci za zamówienie aplikacji na swój telefon.**

§ 2 ust. 4. Każdy abonent, zwany dalej „Licencjobiorcą” lub „Użytkownikiem”, każdorazowo przed przystąpieniem do korzystania z aplikacji zobowiązany jest do zaakceptowania Umowy Licencyjnej, udostępnianej niezwłocznie po uruchomieniu aplikacji na telefonie komórkowym. Licencjobiorca potwierdza zapoznanie się z warunkami oraz wyraża zgodę na zaproponowane warunki korzystania z aplikacji poprzez zatwierdzenie przyciskiem zgody (np. „AKCEPTUJĘ”, „OK.”) na klawiaturze swojego telefonu. Brak akceptacji warunków skutkuje samoistnym wyłączeniem się aplikacji w telefonie.

§ 3 ust. 5. **Opcje Płatne** - nieobowiązkowe, dodatkowe, specjalne funkcje dostępne w aplikacji, które nie są konieczne do prowadzenia gry, z **których korzystanie jest całkowicie dobrowolne i następuje poprzez wysłanie SMS pod wyświetlony przez aparat telefoniczny numer Premium Rate**, Numery Premium służące do zakupu specjalnych opcji odpłatnych gry to: 7228, 7254 — cena 2zł/2,46zł, z VAT; 7428, 7439 — cena 4zł/4,92zł z VAT, 7928, 7947 — cena 9zł/11,07zł z VAT. **Licencjobiorcy, który zdecyduje się na skorzystanie ze specjalnej, nieobowiązkowej płatnej opcji gry, na ekranie telefonu komórkowego zostanie wyświetlona prośba o potwierdzenie wysyłki SMS. Akceptacja następuje poprzez wciśnięcie odpowiedniej komendy i skutkuje wysłaniem SMS na wskazany numer Premium Rate.** Jednorazowo, tj. wysyłając jednego SMSa pod numer Premium Rate, Licencjobiorca zamawia tylko jedną, wskazaną w komunikacie wyboru, konkretną Opcję Płatną, którą może wykorzystać w dowolnym momencie. W przypadku rezygnacji z wysyłki SMS żadna opłata nie jest pobierana a użytkownik zachowuje prawo do korzystania z aplikacji na warunkach niniejszej Umowy Licencyjnej.

§ 3 ust. 7. Premium Rate – skrócone numery specjalne o podwyższonej wartości umożliwiające po wysłaniu SMS obciążenie konta abonenta post-paid lub pre-paid sieci Operatora dodatkową kwotą do zapłaty wynikającą z zamawianej usługi: 7228, 7254 – cena 2zł/2,46zł z VAT, 7428, 7439 – cena 4zł/4,92zł z VAT, 7928, 7947 – cena 9zł/11,07zł z VAT. Numery Premium Rate 7254, 7439, 7947 działają tylko w sieci Polkomtel S.A.

§ 4 ust. 1. „Owocowe Bąbelki” są interaktywna **grą zręcznościowo-logiczną dedykowaną na telefony komórkowe, udostępnianą nieodpłatnie. Licencjobiorca może prowadzić grę bezpłatnie.** W przypadku utracenia wszystkich szans, na dowolnym etapie zabawy, aby bezpłatnie kontynuować korzystanie z aplikacji, Licencjobiorca powinien ponownie rozpocząć grę. Licencjobiorca może rozpocząć grę bezpłatnie dowolną ilość razy.

§ 4 ust. 2. Celem gry jest strącenie jak największej liczby bąbelków. Gra polega na „strzelaniu” kolorowymi kuleczkami („bąbelkami”) do innych bąbelków znajdujących się na mapie. Wystrzelony bąbelek doczepia się do bąbelków znajdujących się na planszy, po utworzeniu grupy przynajmniej trzech bąbelków tego samego koloru następuje „wybuch” i bąbelki te znikają z planszy. **Szczegółowe zasady (etapy) gry oraz dostępne Opcje Płatne, do dobrowolnego wykorzystania, prezentowane są Licencjobiorcy w trakcie zabawy.**

§ 4 ust. 3. W aplikacji dostępne są Opcje Płatne, które są dobrowolne i nieobowiązkowe.

Licencjobiorca sam decyduje, w trakcie zabawy, o skorzystaniu z danej Opcji Płatnej lub odstąpieniu od skorzystania z Opcji Płatnej. Dodatkowo Licencjobiorca może w każdej chwili zrezygnować z gry bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów a także rozpocząć grę bezpłatnie dowolną ilość razy.

§ 4 ust. 4. Nieobowiązkowe Opcje Płatne aplikacji dostępne są na następujących numerach Premium Rate:

<i>Numer Premium Rate</i>	<i>Opcja Płatna</i>
7228, 7254 - cena 2zł/2,46zł z VAT	- transfer bąbelków (po ukończeniu planszy zaliczonej wcześniej).
7428, 7439 - cena 4 zł / 4,92 zł z VAT	- doładowanie energii mocy.
7928, 7947 - cena 9 zł / 11,07 zł. z VAT	- usunięcie limitu czasu na strzał (dla jednego rodzaju gry), - włączenie zapisu stanu gry po każdej zaliczonej planszy (dla jednego rodzaju gry), - zaliczenie planszy na złoty medal, - otwarcie zablokowanej planszy (zaliczenie na złoty medal brakującej planszy przed planszą, którą gracz chce odblokować), - zaliczanie brakujących plansz na złoty medal przy przejściu do następnego etapu (jeśli plansza jest zablokowana), - zaliczanie na złoty medal plansz przy przejściu do następnego etapu (jeśli brakuje złotych medali do spełnienia warunku przejścia do następnego etapu), - uratowanie gry po przegranej (kontynuacja gry), - uratowanie gry po wybuchu czaszki (kontynuacja gry), - odblokowanie gry 'bez końca' (bez odblokowania można zagrać tylko raz), - ulepszenie mocy pomimo braku bąbelków, - dokupienie dodatkowych żyć po ich całkowitej utracie.

§ 4 ust. 5. Koszt wysłania jednej wiadomości SMS z telefonu komórkowego to:

a. numer Premium Rate 7228, 7254 — cena 2 zł / 2,46 zł. z VAT;

b. numer Prermium Rate 7428, 7439 — cena 4 zł / 4,92 zł z VAT;

c. numer Premium Rate 7928, 7947 — cena 9 zł / 11,07 zł. z VAT;

d. numer 8064, 8063 - 0 zł.

e. numer 2800 - koszt zwykłego SMS-a, zgodnie z cennikiem Operatora GSM.

§ 4 ust. 6. Opłaty za korzystanie z Opcji Płatnych aplikacji pobierane są, zgodnie z Prawem telekomunikacyjnym, przez Operatora GSM, z którym Abonent zawarł umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

§ 4 ust. 7. SMS pod numer Premium Rate z zamówieniem nieobowiązkowej opcji płatnej

jest wysyłany bezpośrednio z aplikacji, po zatwierdzeniu przez abonenta. Każdorazowo abonent zamawia jedną, wskazaną w komunikacie wyboru, konkretną Opcję Płatną, spośród wymienionych w ust. 4 powyżej.

§ 6 ust. 3. Licencjodawca ponosi koszty wynikające z cennika w związku z korzystaniem z dobrowolnych, nieobowiązkowych Opcji Płatnych dostępnych w aplikacji.

Ponadto Prezes Urzędu ustalił, że Spółka stosuje specjalny mechanizm powiadamiania abonentów o przekroczeniu limitów kosztów poniesionych w związku z zamawianiem jej usług na poszczególnych numerach o podwyższonej płatności (dowód: karty Nr 207, 259). Limity te to:

1. Dobowy próg - 31 zł brutto.

Schemat treści notyfikacji: „Koszt SMS wysłanych przez [numer telefonu abonenta] na numer [numer o podwyższonej płatności] w dniu [data rok – miesiąc – dzień] przekroczył 31zł z VAT”.

2. Miesięczny próg - 200 zł brutto.

Schemat treści notyfikacji: „Koszt SMS wysłanych przez [numer telefonu abonenta] na numer [numer o podwyższonej płatności] w okresie od [rok-miesiąc-dzień] do [rok – miesiąc – dzień] przekroczył 200zł z VAT”.

Informacja wysyłana jest indywidualnie na telefon abonenta za pomocą komunikatu SMS. System powiadomień o przekroczeniu progów, stosowany przez Spółkę działa niezależnie od powiadomień uruchamianych, na żądanie abonentów, bezpośrednio przez dostawców publicznie dostępnej sieci telekomunikacyjnej, o których mowa w art. 64 ust. 5 ustawy Prawo telekomunikacyjne.

Spółka oświadczyła, że nie przechowuje dokumentacji reklamacyjnej. Dane osobowe użytkowników składających reklamacje są przetwarzane przez Spółkę wyłącznie w celu i w zakresie niezbędnym do rozpatrzenia reklamacji a następnie podlegają zniszczeniu. Ponieważ obowiązek przechowywania rozpatrzonych reklamacji nie wynika z przepisów prawa, Spółka tej dokumentacji nie archiwizuje (dowód: karta Nr 295 verte). Spółka przekazała kopie pięciu rozpatrzonych przez Spółkę jedynych reklamacji, którymi aktualnie dysponowała (dowód: karty nr 302 – 324).

Na podstawie treści pism Spółki, kierowanych do konsumentów w odpowiedzi na składane przez nich reklamacje, Prezes Urzędu ustalił daty wysyłania przez Spółkę powiadomień o przekroczeniu dobowego progu – 31 zł brutto oraz miesięcznego progu – 200 zł z tytułu wysłanych SMS na numer o podwyższonej płatności:

– „Zgodnie z danymi zarejestrowanymi w systemie elektronicznym, **abonent** numeru telefonu (...) **zamawiał w dniach 19/02/2014 i 20/02/2014 płatne dodatki, dostępne w aplikacji „Owocowe bąbelki”.** Abonent był powiadamiany o przekroczeniu w tych dniach progach kosztów poniesionych w związku z wysłanymi SMSami pod numery o podwyższone płatności, **w dniach 20/02/2014 i 21/02/2014r.**” (pismo Spółki z dnia 24/03/2014r. – dowód: karta Nr 303),

– „Zgodnie z danymi zawartymi w systemie elektronicznym Spółki **abonent** numeru (...) **zamówił w dniach 22/12/2013, 30/12/2013 i 03/01/2014r. łącznie 6 różnych nieobowiązkowych opcji płatnych dostępnych pod numerem 7228, 68 różnych nieobowiązkowych opcji płatnych dostępnych pod numerem 7928 i 2 nieobowiązkowe opcje płatne dostępne pod numerem 7428.** (...) Spółka wysłała do abonenta następujące powiadomienia:

Data powiadomienia	Treść dostarczonej na telefon abonenta notyfikacji
---------------------------	---

2013-12-23 10:02:52.977	Koszt SMS wysłanych przez (...) na numer 7928 w dniu 2013-12-22 przekroczył 31zł z VAT.
2013-12-31 10:02:55.117	Koszt SMS wysłanych przez (...) na numer 7928 w dniu 2013-12-30 przekroczył 31zł z VAT.
2013-12-31 10:07:09.760	Koszt SMS wysłanych przez (...) na numer 7928 w okresie od 2013-11-30 do 2013-12-30 przekroczył 200zł z VAT.
2014-01-04 10:02:27.763	Koszt SMS wysłanych przez (...) na numer 7928 w dniu 2014-01-03 przekroczył 31zł z VAT.

(pismo Spółki z dnia 04/02/2014r. – dowód: karta Nr 318),

– „Zgodnie z danymi zarejestrowanymi przez system elektroniczny, **abonent numeru (...) zamówił i korzystał z 2 różnych aplikacji (zwane dalej aplikacjami), a w trakcie gry zamawiał dodatkowe, nieobowiązkowe płatne opcje dostępne w aplikacjach:**

- „Roślinki vs. duchy” – **3 zamówienia różnych, nieobowiązkowych opcji płatnych zarejestrowane w dniu 25/02/2014r. pod numerem 7928,**

– „Zwierzaki atakują” – **łącznie 13 zamówionych nieobowiązkowych opcji płatnych w dniach 25/02/2014 i 28/02/2014, z czego 4 zamówienia opcji dodatkowych złożone pod numerem 7228, 1 zamówienie dodatkowej opcji płatnej złożone pod numerem 7428 i 8 zamówień nieobowiązkowych opcji płatnych złożonych pod numerem 7928.**

Zgodnie z danymi systemowymi, **abonent numeru (...) otrzymał w dniu 26/02/2014r. o godz. 10:02 powiadomienie w związku z przekroczonym dobowym progiem wydatków, wskutek wysłanych SMSów pod numer 7928, o następującej treści: Koszt SMS wysłanych przez (...) na numer 7928 w dniu 2014-02-25 przekroczył 31zł z VAT.**” (pismo Spółki z dnia 21/03/2014r. – dowód: karta Nr 323).

Przekazane reklamacje i skargi konsumentów wskazują na brak pełnej świadomości po stronie części konsumentów co do wysyłania przez nich SMS-ów pod skrócone numery specjalne o podwyższonej opłacie, to jest numery Premium Rate, a z kolei wybieranie przez nich ułatwień w Aplikacjach, tj. w grach na telefonie komórkowym (np. w aplikacji „Roślinki vs. Robale” – dodatkowe 350 kropelek, w aplikacji „Magiczny Totem” – życie w liczbie 30, w aplikacji „Odpicuj Fure” – ominięcie zadania, w aplikacji „Zwierzaki Atakują” – zapamiętywanie ustawienia wyrzutni z poprzedniego strzału, w aplikacji „Owocowe Bąbelki” – usunięcie limitu czasu na strzał), oferowanych przez CT Creative Team S.A. spowodowało wysyłanie SMS-ów pod numery Premium Rate, co skutkowało przekroczeniem przez konsumentów kwoty abonamentu na świadczenie usług telekomunikacyjnych (przeciętnych rachunków za usługi telekomunikacyjne) kilkakrotnie, kilkunastokrotnie, a nawet kilkudziesięciokrotnie:

1. Reklamacja konsumentki z dnia 03.03.2014 r. – zamówiła łącznie 72 nieobowiązkowe opcje płatne dostępne pod numerem 7928 (Spółka nie stwierdziła nieprawidłowości w działaniu usługi) – dowód: karty Nr 302 – 307.

Ostatni **rachunek telefoniczny konsumentki wynosił 53,00 zł. Za usługi z tytułu zamawiania dodatkowych Opcji Płatnych w aplikacjach** udostępnionych na telefon komórkowy przez CT Creative Team S.A. konsumentce została naliczona **opłata w kwocie 797,04 zł.**

Konsumentka wskazała, że „**Dzieci dodatkowo podczas gry nie wysyłały sms-ów, co więcej jedynie klikały na poszczególne elementy gry, natomiast nie było wysyłanych wiadomości**

żadnych sms-ów w tym na numer 7928, o czym świadczy zapis w pamięci telefonu, tak więc nie było woli ich wysłania (...)” (dowód: karta Nr 302 – verte).

2. Reklamacja konsumentki z dnia 11.03.2014 r. – zamówiła nieobowiązkowe opcje płatne dostępne m.in. w aplikacjach „Owocowe Bąbelki”, „Zwierzaki Atakują” (Spółka nie stwierdziła nieprawidłowości w działaniu usługi, ale ze względu na trudne okoliczności rodzinne i ekonomiczne zdecydowała o dokonaniu zwrotu kosztów) – dowód: karty Nr 308 – 311.

Konsumentka wskazała, że *„Mój 9-letni syn prawdopodobnie lub o 2 lata młodsza córka mojej siostry (...) zaczęły pobierać i grać w gry wysyłają także SMS-y dla ułatwienia gry (co właściwie wiem z informacji Waszych pracowników) (...)”* (dowód: karta Nr 309).

3. Reklamacja konsumenta z dnia 08.01.2014 r. – zamówił łącznie 6 różnych nieobowiązkowych opcji płatnych dostępnych pod numerem 7228, 68 różnych nieobowiązkowych opcji płatnych dostępnych pod numerem 7928 i 2 nieobowiązkowe opcje płatne dostępne pod numerem 7428 (Spółka nie stwierdziła nieprawidłowości w działaniu usługi. Spółka, mając na uwadze wystosowaną prośbę konsumenta, wyraziła zgodę na dokonanie zwrotu 50% kosztów poniesionych przez abonenta z tytułu wysłanych SMSów – równowartość przychodu Spółki od operatora GSM z tytułu wysłanych SMSów – w związku z korzystaniem z przedmiotowej aplikacji) – dowód: karty Nr 312 – 318.

Konsument podpisał umowę na świadczenie usług telekomunikacyjnych na kwotę 36,89 zł. Za usługi z tytułu zamawiania dodatkowych Opcji Płatnych w aplikacjach udostępnionych na telefon komórkowy przez CT Creative Team S.A. konsumentowi została naliczona opłata w kwocie 788,43 zł.

Konsument wskazał, że *„17.12.2013 r. zakupiłem po raz pierwszy telefon smartfon SAMSUNG w salonie Play po ściągnięciu aplikacji owocowe bąbelki, w które grał mój syn nie wiedziałem oraz nie spodziewałem się, że ściągnięcie tej aplikacji przysporzy mi tak ogromnego obciążenia finansowego i kłopotów. (...) Jednocześnie informuję iż, podpisałem umowę na świadczenie usług telekomunikacyjnych na kwotę brutto 36,89zł, a więc kwota ~ 788,43zł jest dla mnie ogromnym obciążeniem”* (dowód: karta Nr 312).

4. Reklamacja konsumentki z dnia 07.01.2014 r. – zamówiła nieobowiązkowe opcje płatne dostępne w aplikacji „Owocowe Bąbelki” (Spółka poprosiła o przesłanie numeru telefonu, który był użyty podczas gry „Owocowe Bąbelki”) – dowód: karty Nr 319 – 320.

Konsumentka wskazała, że *„(...) Jestem mamą jedenastoletniego Bartka. Chcąc zrobić mu niespodziankę na mikołaja wzięłam mu telefon za złotówkę. Niestety na abonament. Ponieważ zawsze miał telefon na kartę więc nieświadomie nawysyłał SMS-ów grając w grę „owocowe bąbelki” na kwotę 486,32 zł netto. (...)”* (dowód: karta Nr 319).

5. Reklamacja konsumentki z dnia 17.03.2014 r. – korzystała z 2 różnych aplikacji; w aplikacji „Roślinki vs. Duchy” – 3 zamówienia różnych, nieobowiązkowych opcji płatnych dostępnych pod numerem 7928, w aplikacji „Zwierzaki atakują” – łącznie 13 zamówionych nieobowiązkowych opcji płatnych, z czego 4 zamówienia opcji dodatkowych złożone pod numerem 7228, 1 zamówienie dodatkowej opcji płatnej złożone pod numerem 7428 i 8 zamówień nieobowiązkowych opcji płatnych złożonych pod numerem 7928 (Spółka nie stwierdziła nieprawidłowości w działaniu usługi. Ze względu na trudną sytuację finansową, Spółka dokona zwrotu kosztów

poniesionych przez konsumentkę w związku z korzystaniem z aplikacji) – dowód: karty Nr 321 – 324.

Reklamacja odnośnie naliczonych kosztów SMS Premium w wysokości **136,53 zł**. Konsumentka wskazała, że *„Zaznaczyć chcę iż nie wysyłałam i nie otrzymywałam żadnych sms, widoczne on tylko na bilingu a nie w telefonie. (...) Faktem jest, że posiadam 10-letnie dziecko i chwilę bawiło się telefonem. Twierdzi on jednak że na nic się nie zgadzał, ani nie wysyłał żadnych sms”* (dowód: karta Nr 322).

6. Skarga konsumentki z dnia 25.03.2013 r.

Przeciętne **rachunki telefoniczne konsumentki** wynosiły miesięcznie **ok. 130 zł**. Za **usługi z tytułu zamawiania dodatkowych Opcji Płatnych w aplikacjach** udostępnionych na telefon komórkowy przez CT Creative Team S.A. konsumentce została naliczona **opłata w kwocie ponad 1200 zł**. – dowód: karty Nr 10 – 49.

Konsumentka wskazała, że *„(...) Trudno przyjąć, że w naszym kraju, w którym przeciętna pensja wynosi ok. 2.500 zł netto konsumenci (nawet ci pełnoletni) z pełną świadomością podejmują się korzystania z serwisów generujących opłaty rzędu kilku tysięcy złotych za kilka godzin zabawy telefonem komórkowym”* (dowód: karta Nr 12).

7. Skarga konsumentki z dnia 19.06.2013 r.

Przeciętne **rachunki telefoniczne konsumentki** wynosiły miesięcznie **ok. 70-80 zł**. Za **usługi z tytułu zamawiania dodatkowych Opcji Płatnych w aplikacjach** udostępnionych na telefon komórkowy przez CT Creative Team S.A. konsumentce została naliczona **opłata w kwocie ponad 1358,78 zł**. – dowód: karty Nr 157 – 188.

Konsumentka wskazała, że *„(...) abonent występował do operatora z prośbami o wyjaśnienie sytuacji i Anulowanie naliczenia kwoty 1147,99 zł [+ VAT 254,08 razem 1358,78 zł] za same smsy o podwyższonej płatności-premium, rzekomo pobrane przez cyt. ”aktywne używanie aplikacji o nazwie „Roślinki vs Robale” oraz „Magiczny Totem” i korzystał z dodatkowych, płatnych opcji w tej aplikacji za które płacił poprzez wysłanie wiadomości sms na numer Premium” jak czytamy w piśmie z dnia 08.02.2013 r. (odpowiedź na moją reklamację) CT Creative Team S.A. których to nota bene nie mam nawet w menu telefonu, a których aktywacja miała nastąpić w dniu 21 maja 2012 (godz. 23:37, 23:43), 22 maja 2012 (godz. 07:59-21:08) i 24 maja 2012 r. (godz. 08:07-13:44)”* (dowód: karta Nr 159).

W odpowiedzi na wniosek o przeprowadzenie mediacji – PTK Centertel sp. z o.o. poinformowała Dyrektora Delegatury Urzędu Komunikacji Elektronicznej w Olsztynie, że po weryfikacji zgłoszenia nie przystępuje do mediacji, przedstawiając uzasadnienie tej decyzji: *„(...) SMS-y wysłane zostały z gier zainstalowanych w telefonie. Użytkownik zamówił gry i pobrał je, a podczas grania wybierał ułatwienia gier, które są opcjami płatnymi. Wówczas Użytkownik nie wysyła samodzielnie wpisanej treści SMS, tylko wybiera w samej grze opcje dotyczące ułatwień, co powoduje wysyłkę SMS i dzięki temu stworzenie graczowi ułatwień w grze. W takiej sytuacji SMS-y zwrotne nie są wysyłane do gracza tylko uwalniana jest funkcja ułatwienia.”* (dowód: karta Nr 181).

8. Skarga konsumenta z dnia 16.09.2013 r.

Przeciętne **rachunki telefoniczne konsumenta** wynosiły miesięcznie **ok. 120 zł**. Za **usługi z tytułu zamawiania dodatkowych Opcji Płatnych w aplikacjach** udostępnionych na telefon komórkowy przez CT Creative Team S.A. konsumentowi została naliczona **opłata w kwocie 2.889,50 zł**. – dowód: karty Nr 281 – 283.

Konsument wskazał, że „W rezultacie korzystania przez moje dziecko z gry „Owocowe Bąbelki”, reklamowanej „ZA DARMO! Tak, tak, to nie żart” zmuszony jestem zapłacić na rzecz operatora GSM opłatę za okres 19 maja do 18 czerwca 2013 roku – **2.889,50 zł. Dotychczasowe średnie opłaty miesięczne wynosiły ok. 120,00 zł.** Podkreślam, iż opłaty te powstały po uruchomieniu (za moją zgodą), darmowej gry „Owocowe Bąbelki”, oferowanej za darmo przez Spółkę CT Creative Team (Wapstera). **Analiza bilingu wykazuje, iż darmowa gra generowała wysyłanie SMS za cenę przekraczającą 11 (jedenaście) złotych sztuka. (...) W przypadku tego typu gier powinny być stosowane przez usługodawcę zabezpieczenia przed przypadkowym zakupem środków w grach. CT Creative Team zabezpieczeń takich nie stosuje a wręcz „Owocowe Bąbelki” są produktem, który z założenia ma zaszyte mikropłatności, generujące ogromne przychody**” (dowód: karta Nr 283).

9. Skarga konsumenta z dnia 28.11.2013 r.

Wysokość abonamentu konsumenta to prawie 80 zł. Za usługi z tytułu zamawiania dodatkowych Opcji Płatnych w aplikacjach udostępnionych na telefon komórkowy przez CT Creative Team S.A. konsumentowi została naliczona **opłata w kwocie 719,55 zł.** – dowód: karty Nr 288 – 291.

Konsument wskazał, że „Aby ZA DARMO zamówić grę Owocowe Bąbelki, wyślij SMS-a o treści OWOC na numer 8064”. Działając w dobrej wierze i ufając informacji od oferującego, konsument zainstalował otrzymaną aplikację z myślą o akurat przebywającej w szpitalu córce. (...) tak oto rozpoczyna się opis aplikacji w telefonie, celowo bardzo długi, pisany językiem ukierunkowanym raczej na młodego odbiorcę. W dalszej części następuje wytłumaczenie nawigacji i kolejne cenne wskazówki: „Suwaj palcem po ekranie by przewijać długie teksty, odsłaniać niewidoczne obszary. Dotykaj przycisków by wykonywać akcje (tzw. pacnięcie).” **Czymże więc innym jak nie tzw. „pacnięciem” jest stuknięcie palcem w ekran smartfona w odpowiedzi na pytanie np. „czy chcesz kontynuować grę”, „czy chcesz zdobyć złoty medal” lub „czy chcesz dostać dodatkowe życie” lub „doładowanie dodatkowej mocy”? Każde takie „pacnięcie” na pojawiające się w trakcie gry TAK, do którego namawiany jest użytkownik, równoznaczne jest z wysłaniem w bardzo krótkim czasie dużej ilości SMS-ów nawet o wartości ponad 11 zł każdy. Odpowiedź NIE praktycznie uniemożliwia grę, gdyż jej projekt polega na mnożeniu przeszkód o znacznym podwyższaniu stopnia trudności w osiągnięciu celu, do którego nakłaniany jest co chwilę każdy z użytkowników. Lakoniczna informacja o kosztach SMS-ów koniecznych do kontynuacji uczestnictwa w grze zamieszczona jest w sposób zamierzony i celowy na samym końcu jej nadmiernie rozbudowanego i pełnego dramaturgii opisu. (...) Uczestnictwo w grze nie jest więc bezpłatne, tylko zawsze wiąże się ze znacznymi kosztami mogącymi sięgać nawet kilkuset i więcej złotych. (...) W przypadku zdecydowanej większości oszukanych konsumentów **zakup na własność konsoli do gier byłby lepszym rozwiązaniem od jakichkolwiek kontaktów z tym nieuczciwym podmiotem. (...).** W dniu 1 listopada br. z nr 7928 nadeszła wiadomość, że koszt wysłanych SMS na numer 7928 w dniu 31 października przekroczył 31 zł z VAT. W swoim komunikacie firma Creative Team S.A. nie wspomina o innych SMS-ach również zaczynających się na 7, które kosztowały mnie jako konsumenta łącznie aż 719,55 zł. **Dlaczego nie podano rzeczywistej kwoty jednorazowego korzystania z aplikacji w dniu 31 października? Prawdopodobnie w nadziei na ponowne uruchomienie przez użytkownika gry „Owocowe bąbelki” i jej kontynuację. (...) Operator zablokował telefon dopiero po uzyskaniu na swoim koncie kwoty 10-krotności abonamentu (obecnie wysokość abonamentu to prawie 80 zł). Dlaczego nie zareagował wcześniej, tym bardziej, że wysyłanie jednego dnia aż 65 SMS-ów o podwyższonej płatności na pewno nie jest powszechnie stosowaną przez****

abonentów praktyką (jako abonent nigdy z tej opcji nie skorzystałem), ani tym bardziej nie leży w interesie przeciętnie w tym kraju zarabiającego klienta” (dowód: karty Nr 289 – 291).

10. Skarga konsumenta z dnia 16.10.2013 r.

Konsument stwierdził, że: *„Ponad pół roku temu ze strony mojego operatora PLUS pobrałem grę Owocowe Bąbelki. (...) jak się okazało dwie godziny jej użytkowania kosztowało mnie 700 zł. Należność tą już uregulowałem, jednak jak się okazało gra ta przez cały czas jej użytkowania, bez mej świadomości wysyłała SMS-y premium, w sumie wysłała ich kilkadziesiąt”* (dowód: karta Nr 267).

11. Skarga konsumenta z dnia 5.11.2013 r.

Konsument wskazał, że *„składałem reklamację i żądam anulowania naliczonych opłat w wysokości ponad 900 zł. (...) Moja córka kierowana dziecięcą ciekawością oraz przeczytaną informacją, iż wszelkiej jej czynności są ”ZA DARMO” zapragnęła pobrać tylko i wyłącznie darmowe gry. Jednakże szata graficzna wyświetlonej strony w sposób celowy i ukierunkowany doprowadziła, wykorzystując niewiedzę i naiwność dziecka do ”kliknięcia” ikonki, które spowodowały przesyłanie płatnych wiadomości na ww. nr telefonu. Wszystkie te wiadomości, ich intensywność i częstotliwość w sposób jednoznaczny wskazują, iż były one ”kliknięte” bez zapoznania się z regulaminem i wysokością opłat, a poza tym dokonane były przez osobę nieletnią”* (dowód: karta Nr 286).

12. Skarga konsumenta z dnia 13.08.2014 r.

Konsument wskazał, że *„W wyniku wprowadzenia mnie w błąd informacją sugerującą bezpłatne korzystanie z gry została naliczona mi opłata za SMS Premium w kwocie 512,09 zł. W trakcie gry aplikacja naliczała opłaty SMS po 11,07 zł. i nie odnotowywała ich w telefonie – nie zostawiała śladu. Pierwsza informacja o naliczeniu dużej kwoty dotarła do mnie dopiero po kilku dniach od operatora sieci komórkowej Orange Polska S.A.”*.

Na podstawie zeznania o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) przez podatnika podatku dochodowego od osób prawnych za rok podatkowy 2013 (CIT-8), Prezes Urzędu ustalił, że przychód Spółki za rok podatkowy 2013 wyniósł (tajemnica przedsiębiorcy) zł. (dowód: karty Nr 362 – 365).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

W pierwszej kolejności, zgodnie z art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w przedmiotowej sprawie niezbędne jest ustalenie, czy doszło do naruszenia interesu publicznoprawnego, a następnie, czy zostały spełnione przesłanki do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 tej ustawy.

Naruszenie interesu publicznoprawnego

Podstawą do rozstrzygania sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w ustawie jest zatem, aby działania przedsiębiorców – którym zarzucono naruszenie jej przepisów – stanowiły potencjalne

zagrożenie interesu publicznego, nie zaś jednostki lub grupy. Ustawa wobec tego, w odniesieniu do przedsiębiorców chroni konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym.

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub będą klientami Spółki. Spółka, za pośrednictwem stron internetowych poszczególnych Aplikacji mogła ze swoją ofertą dotrzeć do każdego zainteresowanego konsumenta na terenie całego kraju. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów. Innymi słowy, naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do art. 24 ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności:

- stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296, z późn. zm.),
- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,
- nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Wskazany przepis zawiera otwarty katalog działań stanowiących praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym, dla uznania zachowań przedsiębiorców za niezgodne z zawartym w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, należy wykazać, iż spełnione zostały łącznie trzy przesłanki:

- 1) działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy,
- 2) noszące znamiona bezprawności,
- 3) godzące w zbiorowy interes konsumentów.

Ad 1)

Stosownie do art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej (...). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 672 ze zm.) – zwanej dalej: „ustawą o swobodzie działalności gospodarczej” – jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej

w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej. Ponadto, zgodnie z art. 14 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą w dniu złożenia wniosku o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej albo po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności

gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Podmiot, przeciwko któremu toczyło się niniejsze postępowanie, to spółka akcyjna będąca spółką kapitałową, której odrębna ustawa przyznaje osobowość prawną. Zgodnie z art. 12 ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych (tekst jedn. Dz. U. z 2013 r., poz. 1030 ze zm.), spółka akcyjna w organizacji z chwilą wpisu do rejestru staje się spółką akcyjną i uzyskuje osobowość prawną. Jak wskazano powyżej, Spółka, będąca stroną niniejszego postępowania działa pod firmą – CT Creative Team S.A. i jest zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym pod numerem 0000035069. Spółka jest dostawcą usługi o podwyższonej opłacie, o której mowa w art. 64 ust. 1 ustawy Prawo telekomunikacyjne. Spółka udostępnia abonentom sieci GSM różnego rodzaju usługi i produkty multimedialne na telefony komórkowe.

Tym samym uznać należy, że Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie pod kątem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym, **Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona.**

Ad 2)

Dla uznania zachowań przedsiębiorców za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest, aby miało ono charakter bezprawny.

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Porządek prawny obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07). Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorców było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego *całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego* (wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r., sygn. akt I PKN 267/2001). Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy (w znaczeniu subiektywnym, oznaczającym wadliwość procesu decyzyjnego sprawcy) i stopień tej winy (umyślność bądź nieumyślność), a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych. Same przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Zwrócił na to uwagę Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z dnia 23 czerwca 2006 r. (sygn. akt XVIII Ama 32/05), wskazując, iż art. 23a ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, którego odpowiednikiem w ustawie z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów jest art. 24 ust. 2 – nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, lecz powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. W związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw, gdyż dopiero na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem. Bezprawność działań przedsiębiorcy wynika zatem, co do zasady, z naruszenia powszechnie obowiązujących przepisów innych niż ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów.

Stosownie do art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Prezes Urzędu postawił Spółce zarzut bezprawnego działania polegającego na nieprzekazywaniu konsumentom we właściwym czasie, to jest w trakcie gry, po każdej czynności w grze związanej z wysłaniem SMS pod skrócony numer specjalny o podwyższonej opłacie, to jest numer Premium Rate, informacji o poniesionych przez nich rzeczywistych kosztach i sumie tych kosztów związanych z zamówieniem nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych dostępnych w aplikacjach udostępnianych nieodpłatnie i umożliwiających prowadzenie gier bezpłatnie, dedykowanych na telefony komórkowe, pod nazwą: „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki Atakują”, „Owocowe Bąbelki”, skutkującej ograniczeniem zdolności konsumentów do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej zamówienia nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych w ww. aplikacjach, stanowiąc nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 u.p.n.p.r.

Spółka jest dostawcą usługi o podwyższonej opłacie, o której mowa w art. 64 ust. 1 ustawy Prawo telekomunikacyjne. Zgodnie z art. 64 ustawy Prawo telekomunikacyjne, dostawca publicznie dostępnej usługi telekomunikacyjnej obejmującej usługę telekomunikacyjną z dodatkowym świadczeniem, które może być realizowane przez inny podmiot niż dostawca usługi telekomunikacyjnej, zwanej dalej "usługą o podwyższonej opłacie", jest obowiązany podawać wraz z numerem tej usługi przekazywanym bezpośrednio abonentom, cenę za jednostkę rozliczeniową usługi albo cenę za połączenie, w przypadku usługi taryfikowanej za całe połączenie, ze wskazaniem ceny brutto oraz nazwę podmiotu realizującego dodatkowe świadczenie (ust. 1). Podmiot podający do publicznej wiadomości informację o usłudze o podwyższonej opłacie jest obowiązany podawać wraz z numerem tej usługi cenę za jednostkę rozliczeniową usługi albo cenę za połączenie, w przypadku usługi taryfikowanej za całe połączenie, ze wskazaniem ceny brutto oraz nazwę podmiotu realizującego dodatkowe świadczenie (ust. 2). W przypadku gdy usługa o podwyższonej opłacie świadczona jest w sposób powtarzalny na podstawie uprzedniego oświadczenia woli abonenta, jej dostawca jest obowiązany: 1) wraz z informacją, o której mowa w ust. 1, podać informację o zasadzie korzystania z usługi w sposób przejrzysty i czytelny dla abonenta oraz 2) umożliwić abonentowi dokonanie skutecznej i natychmiastowej rezygnacji z usługi w każdym czasie, w sposób prosty i wolny od opłat (ust. 4). Świadczenie usługi o podwyższonej opłacie odbywa się na podstawie umowy zawartej w sposób określony w art. 56 ust. 2 zdanie drugie (ust. 8).

Usługa o podwyższonej opłacie nie jest uznawana za usługę telekomunikacyjną, a jej dostawca nie jest traktowany jako dostawca usług telekomunikacyjnych. Świadczenie usługi o podwyższonej opłacie odbywa się na podstawie umowy zawartej w sposób określony w art. 56 ust. 2 zdanie drugie ustawy Prawo telekomunikacyjne. Oznacza to, że świadczenie tej usługi odbywa się na podstawie umowy zawartej poprzez dokonanie czynności faktycznych. Do zawarcia umowy przez użytkownika z dostawcą usług o podwyższonej opłacie dojdzie więc przykładowo przez wybranie numeru usługi, z której zamierza skorzystać¹.

Aby wykazać, że stosowana przez danego przedsiębiorcę praktyka stanowi nieuczciwą praktykę rynkową (wymienioną wprost w katalogu zakazanych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów) należy odnieść się zarówno do definicji działania przedsiębiorcy

¹ Maciej Rogalski, Komentarz do art. 64 ustawy – Prawo telekomunikacyjne, Lex.

wprowadzającego w błąd z art. 6 ust. 1 u.p.n.p.r., jak i do ogólnej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej z art. 4 ust. 1 u.p.n.p.r.

Stosownie do art. 4 u.p.n.p.r., 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 (ust. 1). Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1 (ust. 2). Praktyki rynkowe wprowadzające w błąd mogą przybrać postać bierną, tj. polegać na zaniechaniu wprowadzającym w błąd (art. 6 u.p.n.p.r.).

Stosownie do art. 6 u.p.n.p.r., praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął (ust. 1). Wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności: 1) zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu (ust. 3 pkt 1). Z kolei, przez decyzję dotyczącą umowy należy rozumieć, podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania (art. 2 pkt 7 u.p.n.p.r.).

W przedmiotowej sprawie, CT Creative Team S.A., posiadająca pełne i nieograniczone prawa autorskie oraz pokrewne do Aplikacji, stworzyła model aplikacji stanowiących interaktywne gry dedykowane na telefony komórkowe, pod nazwą „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki atakują”, „Owocowe bąbelki”. Spółka udostępnia Aplikacje konsumentom nieodpłatnie i umożliwia prowadzenie gier nieodpłatnie. Jednakże nieodpłatnie udostępnione przez Spółkę Aplikacje skonstruowane zostały w taki sposób, że znajdują się w nich nieobowiązkowe Opcje Płatne, skorzystanie z których następuje poprzez wysłanie SMS pod numer o podwyższonej opłacie Premium Rate. Konsument nie wpisuje samodzielnie treści SMS-a, a wysyłkę SMS-a powoduje wciśnięcie odpowiedniej komendy na telefonie komórkowym. Zamówienie nieobowiązkowej Opcji Płatnej może nastąpić tylko i wyłącznie w trakcie prowadzenia gry. Na ekranie telefonu komórkowego użytkownika zostają wyświetlone w trakcie zabawy (gry) pytania o skorzystanie z dostępnych w Aplikacji Opcji Płatnych. Przykładowa treść wyświetlanych komunikatów:

– „*Dokupić 50,120 albo 350 kropelek?*”,

– „*W każdej chwili możesz dokupić spadochrony! Chcesz?*”,

– „*Pozostał Ci jeden zwierzak i ponad jeden niedźwiedź do ubicia. Czy chcesz wywołać trzęsienie ziemi?*”,

– „*Masz za mało bąbelków. Czy mimo to chcesz rozwinąć moc?*”.

Jak wynika z powyższego, nie każde pytanie zawiera w sobie wyraz „dokupić” lub inny równoznaczny z dokonaniem zakupu w trakcie gry. Konsumentowi, który zdecyduje się na skorzystanie ze specjalnej, nieobowiązkowej Opcji Płatnej gry, na ekranie telefonu komórkowego zostanie wyświetlona prośba o potwierdzenie wysyłki SMS na wskazany

numer Premium Rate. Inaczej jest w przypadku uprzedniego naciśnięcia przez konsumenta komendy „Zawsze OK”, które powoduje, że zakupienie kolejnych Opcji Płatnych w grze nie jest poprzedzone wyświetlaniem komunikatu z numerem Premium Rate i kosztami wysłania SMS-a na ten numer.

Podkreślenia wymaga fakt, że w tym przypadku dochodzi do zawarcia umowy licencyjnej oraz umowy o świadczenie usługi o podwyższonej opłacie. Zgodnie z § 2 ust. 4 Umów Licencyjnych Aplikacji: „Każdy abonent, zwany dalej „Licencjobiorcą” lub „Użytkownikiem”, **każdorazowo przed przystąpieniem do korzystania z aplikacji zobowiązany jest do zaakceptowania Umowy Licencyjnej, udostępnianej niezwłocznie po uruchomieniu aplikacji na telefonie komórkowym.** Licencjobiorca potwierdza zapoznanie się z warunkami oraz wyraża zgodę na zaproponowane warunki korzystania z aplikacji poprzez zatwierdzenie przyciskiem zgody (np. „AKCEPTUJĘ”, „OK.”) na klawiaturze swojego telefonu. Brak akceptacji warunków skutkuje samoistnym wyłączeniem się aplikacji w telefonie.”. Jak wynika z § 2 ust. 2 Umowy Licencyjnej Aplikacji „Owocowe Bąbelki”: *Na mocy niniejszej umowy **Licencjodawca posiadający pełne i nieograniczone prawa autorskie oraz pokrewne do aplikacji, udziela Licencjobiorcy niewyłącznej, bezpłatnej licencji do korzystania z aplikacji „Owocowe Bąbelki”, z możliwością bezpłatnego rozpoczynania zabawy nieograniczoną ilość razy.*** Natomiast w przypadku zamówienia przez konsumenta dodatkowych, nieobowiązkowych Opcji Płatnych, które można zamówić tylko i wyłącznie w trakcie prowadzenia gry, zostaje zawarta umowa o świadczenie usługi o podwyższonej opłacie. Zgodnie z art. 64 ust. 8 ustawy Prawo telekomunikacyjne, świadczenie usługi o podwyższonej opłacie odbywa się na podstawie umowy zawartej w sposób określony w art. 56 ust. 2 zdanie drugie. Jak wcześniej wskazano, oznacza to, że świadczenie tej usługi odbywa się na podstawie umowy zawartej poprzez dokonanie czynności faktycznych. Do zawarcia umowy przez użytkownika z dostawcą usług o podwyższonej opłacie dojdzie więc przykładowo przez wybranie numeru usługi, z której zamierza skorzystać. Zgodnie z § 3 ust. 5 Umów Licencyjnych Aplikacji: „**Opcje Płatne - nieobowiązkowe, dodatkowe, specjalne funkcje dostępne w aplikacji, które nie są konieczne do prowadzenia gry, z których korzystanie jest całkowicie dobrowolne i następuje poprzez wysłanie SMS pod wyświetlony przez aparat telefoniczny numer Premium Rate.** Numery Premium służące do zakupu specjalnych opcji odpłatnych gry to: 7228, 7254 — cena 2zł/2,46zł, z VAT; 7428, 7439 — cena 4zł/4,92zł z VAT, 7928, 7947 — cena 9zł/11,07zł z VAT.”. W związku z powyższym, należy uznać, że przez każde wysłanie SMS-a pod numer o podwyższonej opłacie w związku z zamawianiem Opcji Płatnych w trakcie prowadzenia gry dochodzi do zawarcia umowy o świadczenie usługi o podwyższonej opłacie pomiędzy Spółką a konsumentem (tzw. mikrotransakcje w trakcie korzystania z Aplikacji).

Należy w tym miejscu zwrócić uwagę, że przyjęty model Opcji Płatnych odbiega od modelu do niedawna występującego w handlu, a polegającego na zakupie gry jako całości, czyli poniesienia jednorazowej opłaty umożliwiającej korzystanie z wszystkich opcji gry. W modelu przyjętym przez Spółkę płatna jest pojedyncza czynność gracza, a dodatkowo opłaty za poszczególne czynności są różne (np. w aplikacji „Roślinki vs. Robale”: wzmocnienie królestwa o 2 robale – koszt SMS 2,46 zł, dodatkowe 5 kropelek na start – koszt SMS 4,92 zł, zdobycie 5 gwiazdek na planszy – koszt SMS 11,07 zł; w aplikacji „Magiczny Totem”: życia w liczbie 10 – koszt SMS 2,46 zł, spadochrony w liczbie 6 – koszt SMS 4,92 zł, sterowania w liczbie 45 sek. – koszt SMS 11,07 zł; w aplikacji „Odpicuj Fure”: uratowanie po przegranej – koszt SMS 2,46 zł, pożyczka w banku na kwotę 10000 – koszt SMS 4,92 zł, ominięcie zadania – koszt SMS 11,07 zł; w aplikacji „Zwierzaki atakują”: sterowanie zwierzakiem w trakcie pojedynczego lotu – koszt SMS 2,46 zł, odebranie niedźwiedziom połowy żywności – koszt SMS 4,92 zł, sprowadzenie deszczu meteorytów – koszt SMS 11,07

zł; w aplikacji „Owocowe Babelki” transfer bąbelków (po ukończeniu planszy zaliczonej wcześniej) – koszt SMS 2,46 zł, doładowanie energii mocy – koszt SMS 4,92 zł, usunięcie limitu czasu na strzał (dla jednego rodzaju gry) – koszt SMS 11,07 zł). Spółka oświadczyła, że aplikacje „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki atakują”, „Owocowe bąbelki” nie mają jednego możliwego scenariusza rozgrywek. Gry nie mają charakteru zamkniętego, czyli nie polegają na tym, że użytkownik jedynie przechodzi poszczególne „etapy”, czy „poziomy” (nazewnictwo wprowadzone wyłącznie na potrzeby opisu) od momentu rozpoczęcia gry do końca, według jednego, konkretnego schematu. Nie ma takiej sytuacji, w której gracz musiałby wykonać w danym momencie tylko jeden konkretny ruch, który jako jedyny jest prawidłowy i jednocześnie warunkujący możliwość dalszej gry. Aplikacje skonstruowane są w taki sposób, że możliwa jest zabawa wręcz w nieskończoność, czyli przez nieoznaczony okres, ze względu właśnie na otwarty, rozwojowy scenariusz. Oznacza to, że w każdym momencie gry użytkownik może podjąć tak dużą ilość różnych decyzji, czy wykonać tak różne ruchy, że liczba kombinacji scenariuszy jest otwarta – zależna od indywidualnej gry danego użytkownika (np. indywidualnych preferencji, decyzji, ruchów, czasu, strategii, wiedzy czy umiejętności). Moment pojawienia się konkretnego komunikatu zależny jest od scenariusza rozgrywki danego, indywidualnego gracza.

Wobec powyższego, zaczynając korzystać z Opcji Płatnych konsument nie może przewidzieć, jakie środki finansowe zaangażuje gra. Nie ma też możliwości bieżącego monitorowania stanu płatności, bowiem Spółka nie przekazuje informacji o poniesionych przez konsumentów rzeczywistych kosztach i sumie tych kosztów w związku z zamawianiem Opcji Płatnych, co może spowodować podjęcie przez konsumenta decyzji w kwestii zamówienia dodatkowych nieobowiązkowych Opcji Płatnych w aplikacjach udostępnianych nieodpłatnie, której inaczej by nie podjął, gdyby nie została zastosowana wobec niego nieuczciwa praktyka rynkowa.

Podkreślenia wymaga fakt, że ocena praktyki polegającej na zaniechaniu wprowadzającym w błąd powinna być dokonywana w odniesieniu do przeciętnego konsumenta. W rozumieniu art. 2 pkt 8 u.p.n.p.r., przeciętnym konsumentem jest konsument, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa. Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w ustawie o sprzedaży konsumenckiej jest wynikiem dorobku orzeczniczego Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości. Stopniowy rozwój orzecznictwa Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta, jako konsumenta rozważnego, przeciętnie oświeconego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia towaru. To, czego można oczekiwać od rozsądnego konsumenta wynika przede wszystkim z tego, jak daleko sięga obowiązek informacji handlowej, jej dostępności, jasności, niedwuznaczności, pełności i odpowiedniości. Przyjmując model przeciętnego konsumenta na potrzeby niniejszego postępowania należy wziąć pod uwagę model konsumenta korzystającego z telefonu w sieci GSM (systemu komórkowej telefonii cyfrowej) chcącego skorzystać z aplikacji dedykowanych na telefony komórkowe. Należy przy tym mieć na uwadze, że ciągły rozwój usług telekomunikacyjnych w istotny sposób wpływa na aktywność konsumentów. Dziś za pośrednictwem telefonu komórkowego można korzystać z różnego rodzaju rozrywek, w tym gier elektronicznych.

Zwrócić też należy uwagę, że posiadaczami telefonów komórkowych są osoby w coraz młodszym wieku, stanowiące powiększającą się grupę użytkowników gier dedykowanych na telefony komórkowe, o czym świadczą także reklamy operatorów telefonii komórkowej, kierowane do osób małoletnich, nie mających pełnej zdolności do czynności prawnych². W tym miejscu trzeba podkreślić, że Umowa licencyjna stworzona przez Spółkę także nie ogranicza kręgu potencjalnych użytkowników aplikacji tylko do osób pełnoletnich, albo tylko do osób korzystających z usług telefonicznych na podstawie umowy abonenckiej zawartej z operatorem sieci GSM. Oznacza to, że odbiorcą oferty Spółki może być nie tylko osoba pełnoletnia, ale także osoba niepełnoletnia np. korzystająca na co dzień z tzw. telefonu „na kartę”. Dodatkowo trzeba podkreślić, że CT Creative Team S.A. w latach 2012 i 2013 reklamowała własne produkty i usługi m.in. kanałach Disney XD, Disney Channel i Boomerang, których odbiorcami są dzieci i młodzież, a zatem z założenia oferowany przez Spółkę produkt, to produkt z którego mogą korzystać i dzieci i młodzież. Zgromadzone w postępowaniu skargi potwierdzają powyższą okoliczność, albowiem dotyczą sytuacji, w których osobą zainteresowaną korzystaniem z usług Spółki jest dziecko, a nie dorosły.

Powyższe przesądza o tym, że przeciętny konsument w niniejszej sprawie to nie tylko konsument pełnoletni, który chce skorzystać z usług Spółki dla celów własnych (osobiście), ale także taki, który chce nabyć te usługi w celu skorzystania z nich przez inne osoby (np. dziecko) lub który poprzez zgodę na korzystanie przez niepełnoletniego z telefonu (pre-paid, post-paid) godzi się na nabycie takiej usługi przez osobę pozostającą pod jego opieką. Jednocześnie trzeba przyjąć, że przeciętny konsument to konsument poszukujący najkorzystniejszej oferty na rynku, który jest jednak rozważny, przeciętnie zorientowany, mający prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane.

W tym stanie rzeczy oceny zachowania Spółki wobec przeciętnego konsumenta nie zmienia poinformowanie przez nią o miejscu dostępności regulaminu (umowy licencyjnej) i udostępnienia go w taki sposób, aby każdy, przed zamówieniem usługi, mógł zapoznać się z tą umową w Internecie oraz bezpośrednio w Aplikacjach, bowiem w niniejszej sprawie stworzony przez Spółkę model Aplikacji:

– wymagający od konsumentów podjęcia decyzji dotyczącej zamówienia nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych w trakcie prowadzenia gry, na skutek wyświetlanych podczas zabawy na ekranie telefonu komórkowego pytań o skorzystanie ze wskazanej w komunikacie wyboru Opcji Płatnej, przy czym sposób sformułowania niektórych komunikatów (np. *„Pozostał Ci jeden zwierzak i ponad jeden niedźwiedź do ubicia. Czy chcesz wywołać trzęsienie ziemi?”*) nie wskazuje na dokonywanie zakupu przez konsumenta bądź nie zapewnia konsumentowi wyczerpującej informacji o koszcie wysłania SMS-a, przed jego wysłaniem (np. *„W każdej chwili możesz dokupić spadochrony! Chcesz?”*, Komendy do wyboru: *Tak/Nie*. Komunikat nie wskazuje liczby spadochronów, jakie może zakupić konsument, a ta decyduje o koszcie SMS-a : spadochrony w liczbie 3 – to koszt 2,46 zł, spadochrony w liczbie 6 – to koszt 4,92 zł, a spadochrony w liczbie 9 – to koszt 11,07 zł.),

– nie podający rzeczywistej kwoty poniesionych przez konsumenta kosztów w związku z wysłanymi SMS-ami pod skrócone numery specjalne o podwyższonej opłacie, to jest numery Premium Rate (co więcej stosowane przez Spółkę powiadomienia o przekroczeniu dobowego progu – 31 zł brutto z tytułu wysłanych SMS-ów na numer o podwyższonej płatności są wysyłane na telefon konsumenta za pomocą komunikatu SMS-a następnego dnia, po skorzystaniu z Aplikacji i nie podają rzeczywistych kosztów wysłania SMS-ów na numery

² <http://www.youtube.com/watch?v=cFR2ebI6PxU>

Premium Rate, a jedynie informują, że koszt SMS wysłanych na numer o podwyższonej płatności przekroczył 31 zł z VAT),

– niewyświetlający komunikatu z numerem Premium Rate i kosztami wysłania SMS-a na ten numer w przypadku uprzedniego wyboru komendy „Zawsze OK”,

nie pozwala nawet dostatecznie uważnemu konsumentowi na podjęcie świadomej i racjonalnej decyzji dotyczącej zamówienia Opcji Płatnych przed rozpoczęciem gry lub zdecydowania o natychmiastowej rezygnacji z gry, gdy korzystanie z Opcji Płatnych dostępnych w Aplikacjach przekroczy sumę, jaką skłonna jest wydać na tego typu usługę.

Prezes Urzędu nie zgadza się z oceną Spółki, która stoi na stanowisku, że nie może informować o rzeczywistych kosztach poniesionych przez abonentów w sposób nie wprowadzający w błąd, jako że nie jest podmiotem naliczającym i rozliczającym te koszty. Spółka nie zna warunków finansowych wynikających z umów zawartych przez operatorów z poszczególnymi abonentami, tj. ewentualnych upustów, korzystania z usług w ramach wykupionego abonamentu, korzystania z usług o podwyższonej wartości na zasadzie wyłączenia spod rozliczeń, itd. Stanowisku Spółki przeczą podawane przez nią w umowach licencyjnych poszczególnych Aplikacji koszty wysłania SMS-a z telefonu komórkowego, z podziałem na koszt wysłania wiadomości na numer o podwyższonej opłacie (Premium Rate) oraz koszt wysłania wiadomości SMS pod numer inny niż Premium Rate, ze wskazaniem tylko w tym ostatnim przypadku, że jest to koszt zgodny z cennikiem operatora GSM. I tak zgodnie z § 4 ust. 5 lub 6 Umów licencyjnych Aplikacji „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki Atakują”, „Owocowe Bąbelki”: *„Koszt wysłania jednej wiadomości SMS z telefonu komórkowego to:*

a. numer Premium Rate 7228, 7254 — cena 2 zł / 2,46 zł. z VAT;

b. numer Premium Rate 7428, 7439 — cena 4 zł / 4,92 zł z VAT;

c. numer Premium Rate 7928, 7947 — cena 9 zł / 11,07 zł. z VAT;

d. numer 8064, 8063 - 0 zł.

e. numer 2800 - koszt zwykłego SMS-a, zgodnie z cennikiem Operatora GSM.”.

Ponadto, także brzmienie § 6 ust. 3 Umów licencyjnych Aplikacji, o treści: *Licencjobiorca ponosi koszty wynikające z cennika w związku z korzystaniem z dobrowolnych, nieobowiązkowych Opcji Płatnych dostępnych w aplikacji* – świadczy o tym, że za korzystanie z Opcji Płatnych w trakcie gry, konsument ponosi koszty w wysokości wskazanej przez Spółkę – licencjodawcę w Umowach licencyjnych Aplikacji.

Dodatkowo należy wskazać, że Spółka zaprzecza swojemu stanowisku, że nie może podawać konsumentom informacji o poniesionych przez nich kosztach, sama stosując mechanizm powiadamiania abonentów o przekroczeniu limitów kosztów poniesionych w związku z zamawianiem jej usług na poszczególnych numerach o podwyższonej płatności. Spółka stosuje następujący schemat treści notyfikacji: *„Koszt SMS wysłanych przez [numer telefonu abonenta] na numer [numer o podwyższonej płatności] w dniu [data rok – miesiąc – dzień] przekroczył 31zł z VAT”, „Koszt SMS wysłanych przez [numer telefonu abonenta] na numer [numer o podwyższonej płatności] w okresie od [rok-miesiąc-dzień] do [rok – miesiąc – dzień] przekroczył 200zł z VAT”.* Ponadto, z treści pism Spółki, kierowanych do konsumentów w odpowiedzi na składane przez nich reklamacje, wynika, że Spółka informowała abonentów o ilości zamówionych przez nich Opcji Płatnych w poszczególnych Aplikacjach, zgodnie z danymi zarejestrowanymi w swoim systemie elektronicznym, np. *„Zgodnie z danymi zarejestrowanymi przez system elektroniczny, abonent numeru (...) zamówił i korzystał z 2 różnych aplikacji (zwane dalej aplikacjami), a w trakcie gry zamawiał dodatkowe, nieobowiązkowe płatne opcje dostępne w aplikacjach:*

- „Roślinki vs. duchy” – 3 zamówienia różnych, nieobowiązkowych opcji płatnych

zarejestrowane w dniu 25/02/2014r. pod numerem 7928,

– „Zwierzaki atakują” – łącznie 13 zamówionych nieobowiązkowych opcji płatnych w dniach 25/02/2014 i 28/02/2014, z czego 4 zamówienia opcji dodatkowych złożone pod numerem 7228, 1 zamówienie dodatkowej opcji płatnej złożone pod numerem 7428 i 8 zamówień nieobowiązkowych opcji płatnych złożonych pod numerem 7928.

Zgodnie z danymi systemowymi, abonent numeru (...) otrzymał w dniu 26/02/2014r. o godz. 10:02 powiadomienie w związku z przekroczonym dobowym progiem wydatków, wskutek wysłanych SMSów pod numer 7928, o następującej treści: Koszt SMS wysłanych przez (...) na numer 7928 w dniu 2014-02-25 przekroczył 31zł z VAT.” (pismo Spółki z dnia 21/03/2014 r.).

Stanowisko Prezesa Urzędu potwierdza także Urząd Komunikacji Elektronicznej, który informuje konsumentów, że Premium SMS to wiadomości specjalne, nie rozliczane na podstawie abonamentu ani nie objęte bezpłatnymi pakietami³.

Na Spółce, która jest dostawcą usługi o podwyższonej płatności spoczywają określone obowiązki przedsiębiorcy – profesjonalisty ponoszącego ryzyko prowadzonej działalności gospodarczej, od których Spółka nie może się uchylać, wskazując na uprawnienia i obowiązki innych podmiotów, tj. przedsiębiorców telekomunikacyjnych na rynku świadczenia usług telekomunikacyjnych.

Stworzony przez Spółkę produkt w postaci aplikacji pod nazwą: „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki Atakują”, „Owocowe Bąbelki”, który obarczony jest ryzykiem poniesienia przez konsumentów opłat rzędu kilkuset, a nawet kilku tysięcy złotych za kilka godzin korzystania z gry w telefonie komórkowym – nie powinien być oferowany przez Spółkę bez należytych zabezpieczeń, umożliwiających konsumentowi podjęcie świadomej decyzji dotyczącej zamówienia dodatkowych Opcji Płatnych w Aplikacjach, dodatkowo biorąc pod uwagę fakt nieodpłatnego udostępnienia konsumentom tych Aplikacji.

O tym, że nieprzekazywanie we właściwym czasie konsumentom informacji o poniesionych przez nich rzeczywistych kosztach i sumie tych kosztów związanych z zamawianiem nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych dostępnych w Aplikacjach udostępnianych nieodpłatnie i umożliwiających prowadzenie gier bezpłatnie – może ograniczyć zdolność konsumentów do podjęcia świadomej decyzji i tym samym spowodować opóźnioną reakcję konsumenta w zakresie dalszego korzystania z usługi w przypadku, gdy wartość wysłanych przez niego SMS-ów Premium przekroczyła kwotę abonamentu na świadczenie usług telekomunikacyjnych (przeciętnych rachunków za usługi telekomunikacyjne) kilkakrotnie, kilkunastokrotnie, a nawet kilkudziesięciokrotnie – świadczy treść dwunastu skarg i reklamacji konsumentów, przytoczonych w niniejszej decyzji. Mając na uwadze z jednej strony, że niewielki odsetek konsumentów zwraca się o pomoc do Prezesa Urzędu, który nie ma kompetencji do podejmowania interwencji w sprawach indywidualnych, lecz podejmuje działania w interesie publicznym, a z drugiej strony oświadczenie Spółki, że nie przechowuje ona dokumentacji reklamacyjnej, która po rozpatrzeniu reklamacji podlega zniszczeniu i przekazanie przez nią kopii pięciu rozpatrzonych reklamacji, którymi aktualnie dysponowała – można stwierdzić, że zgromadzone w przedmiotowym postępowaniu skargi i reklamacje konsumentów są wyraźnym sygnałem dla Prezesa Urzędu do podjęcia działań w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów przed nieoczekiwanymi kosztami związanymi z mikrotransakcjami zawieranymi w trakcie korzystania z bezpłatnie udostępnionych aplikacji.

³ <http://www.cik.uke.gov.pl/wiadomoci-przyjaznynet/136-uwaga-na-premium-sms->

Podkreślenia wymaga fakt, że „nie można podać określonego progu procentowego, od którego istnieje możliwość wprowadzenia w błąd. Dla przyjęcia możliwości istnienia wprowadzenia w błąd wystarczy jednak, by przynajmniej część, nawet nieznaczna, danej grupy konsumentów mogła być wprowadzona w błąd”⁴.

Poniższa tabela przedstawia zestawienie kwot przeciętnych rachunków konsumentów i wysokość obciążenia ich kont z tytułu zamawiania dodatkowych Opcji Płatnych w Aplikacjach udostępnionych przez CT Creative Team S.A.:

l.p.	Kwota przeciętnego rachunku konsumenta za usługi telekomunikacyjne	Kwota za usługi z tytułu zamawiania dodatkowych Opcji Płatnych w aplikacjach udostępnionych przez CT Creative Team S.A.	Ilość przekroczenia kwoty rachunku za usługi telekomunikacyjne
1.	53 zł	797,04 zł	15-krotność
2.	36,89 zł	788,43 zł	21-krotność
3.	130 zł	1.200 zł	9-krotność
4.	70-80 zł	1.358,78 zł	17-krotność
5.	120 zł	2.889,50 zł	24-krotność
6.	80 zł	719,55 zł	9-krotność

Jednocześnie, w celu udowodnienia, że działanie Spółki stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, konieczne jest także wykazanie, że przedmiotowa praktyka 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.

W literaturze przyjmuje się, że istotność zniekształcenia zachowania rynkowego konsumenta przez stosowaną praktykę rynkową pozwala uznać, że jej wpływ musi niejako popychać przeciętnego konsumenta do zmiany zachowania rynkowego. Powoduje to tym samym zniekształcenie tego zachowania, które ujawnia się, jako zniekształcenie realne lub potencjalne decyzji konsumenta, która powinna być wyborem świadomym i efektywnym. Można, zatem uznać, że wpływ praktyki jest na tyle istotny, że pod jej wpływem proces decyzyjny konsumenta uległ wypaczeniu (zniekształceniu). Jeśli zaś chodzi o doniosłość (znaczenie) tego zniekształcenia, to należy stwierdzić, że musi ono być, co najmniej potencjalne. Uściślając, wpływ nieuczciwej praktyki rynkowej na zachowanie rynkowe konsumenta musi odnieść skutek w postaci, co najmniej potencjalnego zniekształcenia zachowania rynkowego konsumenta (Komentarz do ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U.07.171.1206), [w:]

⁴ Arkadiusz Michalak. Przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz. Str. 78.

M. Sieradzka, Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, Oficyna, 2008).

Także pojęcie dobrych obyczajów nie jest w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak zasady współżycia społecznego, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań doktryny (por. wyrok Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu z 13 listopada 1991 r., I ACr 411/91, Wokanda 1992/4, J. Szwaja w: Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji – Komentarz, Warszawa 2000, str. 122-133, R. Stefanicki, Dobre obyczaje w prawie polskim, Przegląd Prawa Handlowego, 2002/5). Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etyczno-moralnym, a na ich treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne stanowiące uzupełnienie porządku prawnego. W relacjach przedsiębiorców z konsumentami istota zachowań zgodnych z dobrymi obyczajami została przedstawiona w jednym z wyroków Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w którym sąd stwierdził, iż istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko rozumiany szacunek dla drugiego człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się właściwym informowaniem o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołaniu błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (por. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 lutego 2006 r. sygn. akt XVII Ama 118/04).

Takie stanowisko, określające szeroko obowiązki informacyjno-wyjaśniające po stronie profesjonalisty, które należy wywieść z ogólnych zasad prawa prywatnego określających relacje pomiędzy kontrahentami zgodnie z wymaganiami słuszości, lojalności i rzetelności, dobrych obyczajów, reprezentuje także Trybunał Konstytucyjny, który w wyroku z dnia 26 stycznia 2005 r. (P 10/04) wskazał, że: „(...) Obowiązki informacyjne związane z dokonywaną czynnością prawną należy rozumieć szeroko, jako obejmujące nie tylko wyjaśnienie treści i znaczenia dokonywanej czynności (przedmiotu i charakteru świadczenia podstawowego) i płynących z niej konsekwencji prawnych, ale także tych wszystkich elementów ubocznych, pozostających w funkcjonalnym związku z przedmiotem świadczenia, które mogą mieć istotne znaczenie dla sytuacji prawnej kontrahenta profesjonalisty (...)”. Ponadto Trybunał Konstytucyjny podkreślił także, że: „(...) Obowiązek rzetelnej, uczciwej i wyczerpującej informacji jako swoisty instrument przywracania równowagi w relacji konsument - profesjonalista, może być poszukiwany w podstawowych zasadach prawa obligacyjnego, nakazujących respektowanie uczciwości, lojalności i dobrych obyczajów w obrocie, zwłaszcza na etapie nawiązywania stosunku kontraktowego, ale także w związku z jego wykonywaniem (można tu wymienić m.in. art. 72, art. 353¹, art. 354, art. 385¹ k.c.). Jest w świetle tych zasad całkowicie uzasadnione oczekiwanie konsumenta uzyskania od profesjonalisty informacji określających - zwłaszcza w obszarze wysoce specjalistycznych usług - stopień ryzyka ekonomicznego związanego z dokonywaną transakcją. Wyłącznie informacja wyczerpująca i precyzyjna może być uznana za odpowiadającą wymaganym standardom, a więc umożliwiającą świadome podejmowanie decyzji o celowości nawiązywanej transakcji, co stanowi konieczną przesłankę dla respektowania autonomii woli stron, wartości chronionej nie tylko na podstawie reguł prawa powszechnego, ale także regulacji konstytucyjnych (art. 31 - wolność każdego człowieka, art. 22 - wolność działalności gospodarczej). Naruszenie powinności ciążących na profesjonalistach, korygujących występujący po stronie konsumenta deficyt informacji, może być oceniane w kategoriach rażącego naruszenia interesu konsumenta (...)”. Należy zgodzić się ze stanowiskiem Trybunału Konstytucyjnego, który uznał, że „(...) nakaz ochrony konsumenta w rozumieniu

art. 76 Konstytucji nie może być traktowany w kategoriach czysto formalnego postulatu. Konieczne jest więc zawsze zbadanie, na ile wprowadzane rozwiązania są efektywne i mogą przynieść w istniejących warunkach rynkowych oczekiwane rezultaty (...)”. Także w wyroku z dnia 21 kwietnia 2004 r. (K 33/03) Trybunał Konstytucyjny uznał, że prawo konsumenta do informacji jest wartością konstytucyjną, wskazując, że ochrona konsumenta wymaga zapewnienia mu odpowiedniego poziomu informacji i wiedzy o towarze i warunkach transakcji. Dodatkowo Trybunał Konstytucyjny wskazał, że „(...) Ochrona konsumenta nie jest działaniem o charakterze protekcyjnistyczno-paternalistycznym, lecz zmierza do zabezpieczenia interesów słabszego uczestnika rynku, którego wiedza i orientacja są - w porównaniu do profesjonalnego partnera (sprzedawcy, usługodawcy) - ograniczone. Konsument ma słabszą pozycję przetargową, a jego swoiste upośledzenie wynika z przyczyn systemowych, determinowanych pozycją rynkową. Z tej też przyczyny działania na rzecz ochrony konsumenta, które mają umocnić jego pozycję wobec profesjonalnego partnera służą wyrównaniu ich szans i zapewnieniu - także na rynku detalicznym, swobody dokonania wyboru i podjęcia nieskrępowanej decyzji. Istotą ochrony konsumenta nie jest więc nadawanie mu dodatkowych nadzwyczajnych przywilejów, lecz poddanie całości obrotu praktykom "rynkowo-kompensatoryjnym", które mają przywrócić utraconą zdolność decydowania o konsumpcji. Europejska koncepcja ochrony konsumenta opiera się na zwiększeniu wiedzy i zakresu dostępnych informacji, a przez to na umożliwieniu rzeczywiście wolnego i swobodnego własnego działania przy dokonywaniu wyborów konsumpcyjnych. Udział konsumenta w procesach rynkowych powinien być kształtowany w taki sposób, aby mógł on swobodnie i w zgodzie z własnym interesem zaspakajać - poprzez konkretne transakcje - swe uświadomione potrzeby, na podstawie dostarczonej wiedzy i informacji. Z tego powodu strategicznym założeniem nowoczesnej ochrony konsumenta jest zasada przejrzystości, jawności, rzeczywistej dostępności jasnej, pełnej i zrozumiałej informacji handlowej. Zasada ta, którą nazwać można "ochroną przez informację" pozwala na uniknięcie zarzutu, iż protekcyjnistyczny charakter mają inne (władcze) środki ochrony konsumenta, wprowadzane w poszczególnych krajach. Pozwala to również uniknąć zarzutu stosowania przez państwo chroniące konsumenta "środków równoważnych", zakazanych przez art. 28 Traktatu, o czym już wyżej była mowa. Podkreślić należy też, że nowoczesna ochrona konsumenta, realizowana w warunkach europejskiego wspólnego rynku zakłada powinność dostarczenia konsumentowi wymaganego poziomu informacji, co oznacza, że konsument nie musi się o niezbędną informację w szczególny sposób ubiegać, bowiem winna być mu ona udostępniona. (...)”. Ponadto Trybunał Konstytucyjny tytułem przykładu wskazał, że: „(...) zgodnie z art. 23a ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 ze zm.), nieudzielenie konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów co pociąga za sobą określone prawem skutki. Jednocześnie na podstawie art. 3 ustawy ust. 1 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176), sprzedawca obowiązany jest udzielić kupującemu jasnych, zrozumiałych i niewprowadzających w błąd informacji, wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania ze sprzedanego towaru konsumpcyjnego, przy czym ustawowy katalog niezbędnych informacji nie ma charakteru zamkniętego. Charakter komplementarny względem powyższych postanowień ma art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503), zgodnie z którym czynem nieuczciwej konkurencji jest brak oznaczenia towaru, mogący wprowadzić klientów w błąd co do jego pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, konserwacji lub innych istotnych cech towaru. Przepisy te konkretyzują powinności wynikające z art. 76 Konstytucji, niezależnie od nich istnieje jednak

generalny obowiązek dostarczania konsumentowi informacji niezbędnej (np. ostrzeżenia go o niebezpieczeństwach wiążących się z nabywanym towarem lub usługą), a także użytecznej, to jest takiej, która umożliwiłaby mu świadome uczestnictwo w obrocie i dokonywanie swobodnych wyborów. (...) Z przytoczonych wyżej przepisów trzech ustaw wynika, że ustawodawca wywiązał się z konstytucyjnego obowiązku uznając, że prawo konsumenta do uzyskania pewnych informacji stanowi jedną z zasadniczych gwarancji jego bezpiecznego i świadomego funkcjonowania na rynku, umożliwiającego mu odegranie właściwej roli w mechanizmie kształtowania konkurencji. Zwornikiem konstytucyjnym prawa konsumenta do "bycia poinformowanym" jest art. 54 ust. 1 Konstytucji, w którym prawo to znajduje zakotwiczenie i potwierdzenie. Przepis ten "każdemu" - a więc i konsumentowi - zapewnia wolność pozyskiwania informacji. Za nietrafne uznać trzeba redukowanie tego przepisu (zwłaszcza w zakresie "pozyskiwania informacji") tylko do tradycyjnie pojętego uczestnictwa w dyskursie politycznym. Nie ulega bowiem wątpliwości, że jednostka występuje w społeczeństwie w wielu rolach społecznych, a jedną z nich jest rola konsumenta. Z tego więc punktu widzenia oczywiste jest, że art. 54 Konstytucji - w zakresie ochrony przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi - stanowi gwarancję realizacji art. 76 Konstytucji. Wskazać należy, że także na tle Europejskiej Konwencji Praw Człowieka prawo do informacji obejmuje sobą commercial speech, co powoduje, że przepisy o wolności informacyjnej chronią np. informacje handlowe (por. orzeczenie Casado Coca v. Hiszpania z 24 lutego 1994 r.). Nie ma zaś żadnych przesłanek ani argumentów, przemawiających za przyjmowaniem na tle art. 54 Konstytucji węższej niż w Konwencji interpretacji zakresu przedmiotowego ochrony. Byłoby to szczególnie niezrozumiałe gdy zważy się konstytucjonalizację ochrony konsumenta, jako zadania organów państwa (...)"

Z kolei, w odniesieniu do dobrych obyczajów, ogólnie rzecz biorąc można powiedzieć, że przedsiębiorca narusza je, gdy pozbawia konsumentów określonych informacji o istotnym znaczeniu z punktu widzenia podjęcia decyzji gospodarczej. Posiadanie tych informacji jest niezbędne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia prawidłowej, czyli świadomej i zarazem efektywnej decyzji rynkowej. W zakresie pojęcia "pominięcie przez przedsiębiorcę informacji istotnych" z punktu widzenia podjęcia przez konsumenta decyzji mieści się zarówno niepodanie informacji, jak i podanie informacji w sposób dwuznaczny, niezrozumiały, czy też w nieodpowiednim czasie. Pozbawienie konsumenta istotnych informacji wyklucza dokonanie przez niego racjonalnego wyboru i tym samym wpływa lub może wpłynąć na podjęcie przez konsumenta nieracjonalnej decyzji (czyli takiej, której inaczej by nie podjął). Wprowadzenie w błąd, którego przedmiotem jest pominięcie informacji o istotnym znaczeniu może odnosić się do kluczowego momentu, jakim jest moment podjęcia decyzji dotyczącej umowy. Od posiadania przez konsumenta określonych informacji zależy prawidłowość podjętej przez niego decyzji gospodarczej. Dlatego też etap podejmowania decyzji przez przeciętnego konsumenta został objęty przez ustawodawcę szczególną ochroną prawną przed wprowadzeniem w błąd⁵.

Dobrym obyczajem jest obowiązek przedsiębiorcy-profesjonalisty udzielania konsumentom prawdziwej, rzetelnej i pełnej informacji. W przedmiotowej sprawie należy stwierdzić, że zaniechanie Spółki pozostaje w sprzeczności z dobrymi obyczajami. Stworzony przez Spółkę model aplikacji, z korzystaniem z której wiąże się możliwość poniesienia przez konsumentów znacznych kosztów związanych z zawieraniem mikrotransakcjami w trakcie zabawy (zamawianiem Opcji Płatnych w grze) – nie podaje rzeczywistej kwoty poniesionych przez konsumenta kosztów w związku z wysłanymi SMS-ami pod skrócone numery specjalne

⁵ Małgorzata Sieradzka, Komentarz do art. 6 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, Oficyna 2008.

o podwyższonej opłacie, to jest numery Premium Rate. Przy czym pojęcie „koszty rzeczywiste” powinno być rozumiane zgodnie z jego znaczeniem w języku ogólnym. Będzie ono obejmować swoim zakresem koszty faktycznie poniesione przez konsumenta w związku z wysłaniem pojedynczego SMS-a pod numer Premium Rate, a koszt wysłania pojedynczego SMS-a z telefonu komórkowego jest różny w zależności od wyboru Opcji Płatnej w danej Aplikacji i może wynieść: numer Premium Rate 7228, 7254 — cena 2 zł / 2,46 zł. z VAT; numer Premium Rate 7428, 7439 — cena 4 zł / 4,92 zł z VAT; numer Premium Rate 7928, 7947 — cena 9 zł / 11,07 zł. z VAT. Z kolei, po dokonaniu wyboru komendy „Zawsze OK” na ekranie telefonu nie wyświetli się już treść komunikatu z numerem Premium Rate i kosztem wysłania SMS-a na ten numer. Wymogu podania konsumentowi rzetelnej i pełnej informacji nie spełniają także stosowane przez Spółkę powiadomienia o przekroczeniu dobowego progu – 31 zł brutto z tytułu wysłanych SMS-ów na numer o podwyższonej płatności, gdyż nie podają rzeczywistych kosztów wysłania SMS-ów na numery Premium Rate, a jedynie informują, że koszt SMS wysłanych na numer o podwyższonej płatności przekroczył 31 zł z VAT, gdy w rzeczywistości konsument mógł ponieść koszt kilkuset złotych, a ponadto powiadomienia są wysyłane na telefon konsumenta za pomocą komunikatu SMS-a następnego dnia, po skorzystaniu z Aplikacji.

Wprowadzona przez Spółkę w Aplikacjach komenda „Zawsze OK” obok komendy „OK” oraz „Anuluj”, której wybór skutkuje niewyświetlaniem się komunikatu z numerem Premium Rate i kosztami wysłania SMS-a na ten numer oraz sposób sformułowania niektórych komunikatów wyświetlanych konsumentowi w trakcie zamawiania płatnego dodatku nie zapewniają konsumentowi wyczerpującej informacji o koszcie przed wysłaniem wiadomości SMS. I tak w aplikacji „Magiczny Totem” w czasie zamówienia płatnego dodatku konsumentowi wyświetla się komunikat, o treści: „*W każdej chwili możesz dokupić spadochrony! Chcesz?*”, Komendy do wyboru: *Tak/Nie*. Komunikat nie wskazuje liczby spadochronów, jakie może zakupić konsument, a ta decyduje o koszcie SMS-a, bowiem zgodnie z cennikiem zawartym w umowie licencyjnej: spadochrony w liczbie 3 – to koszt 2,46 zł, spadochrony w liczbie 6 – to koszt 4,92 zł, a spadochrony w liczbie 9 – to koszt 11,07 zł. Z kolei w aplikacji „Zwierzaki Atakują” konsumentowi wyświetla się komunikat, o treści: „*Pozostał Ci jeden zwierzak i ponad jeden niedźwiedź do ubicia. Czy chcesz wywołać trzęsienie ziemi?*”, Komendy do wyboru: *NIE/TAK*. Treść komunikatu, która nie zawiera słowa „kupić” lub innego równoznacznego, nie wskazuje na dokonywanie zakupu przez konsumenta, a dopiero cofnięcie się w trakcie gry do umowy licencyjnej pozwala konsumentowi na dokonanie ustalenia, że „wywołanie trzęsienia ziemi” wiąże się z poniesieniem przez niego kosztów w wysokości 11,07 zł.

Prezes Urzędu, nie kwestionując działania systemów informatycznych, dokonał oceny sposobu zapewnienia przez Spółkę ochrony konsumentów przez informację. System operacyjny Android daje uprawnienia do wysyłania płatnych wiadomości z Aplikacji, ale to podmiot, który udostępnia Aplikacje ma obowiązek stworzenia takich zabezpieczeń, które gwarantują, że korzystanie z udostępnionych bezpłatnie Aplikacji będzie bezpieczne dla ich użytkowników. Jak podkreślił Trybunał Konstytucyjny w wyroku z dnia 21 kwietnia 2004 r. (K 33/03) *istnieje jednak generalny obowiązek dostarczania konsumentowi informacji niezbędnej (np. ostrzeżenia go o niebezpieczeństwach wiążących się z nabywanym towarem lub usługą), a także użytecznej, to jest takiej, która umożliwiłaby mu świadome uczestnictwo w obrocie i dokonywanie swobodnych wyborów. (...)*. Wprowadzone przez Spółkę powiadomienia oraz zakres informacji przekazywanych konsumentom przed wysłaniem SMS-a okazały się nieefektywne, co znajduje potwierdzenie także w treści skarg i reklamacji konsumentów. Do podjęcia przez konsumenta świadomej decyzji dotyczącej zamówienia nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych nie wystarczy przekazanie mu

jakiegokolwiek informacji, lecz musi to być informacja użyteczna, przekazana w odpowiednim czasie, pozwalająca na dokonanie racjonalnego wyboru. W przedmiotowej sprawie należy uznać, że powyższych standardów nie spełnia informacja o kosztach SMS-ów podana w treści umów licencyjnych, z którą konsument zapoznaje się przed rozpoczęciem gry na telefonie komórkowym. Taka informacja nie jest wystarczająca do podjęcia przez konsumenta w trakcie prowadzenia gry świadomej decyzji o wyrażeniu zgody na dodatkową płatność lub decyzji o odrzuceniu dodatkowej opcji w celu uniknięcia dodatkowej płatności. Dynamika gry, nieprzewidywalność kierunku, w jakim się ona rozwinie nie pozwala konsumentowi na prowadzenie odrębnych notatek i obliczeń dotyczących ilości wysłanych SMS-ów oraz numerów Premium, na jakie zostały wysłane SMS-y i ich porównania z cennikiem w umowie licencyjnej w celu ustalenia poniesionych kosztów (koszt wysłania SMS-a, w zależności od numeru Premium Rate może wynieść: 2,46 zł, 4,92 zł bądź 11,07 zł). W związku z tym, że Aplikacje w trakcie korzystania z nich generują koszty, nie umożliwiając ustalenia żadnego górnego limitu ich poniesienia, należy uznać, że informacją użyteczną dla konsumenta, wyczerpującą i precyzyjną, a więc umożliwiającą mu świadome podjęcie decyzji o celowości nawiązywanej transakcji jest informacja przekazywana w trakcie gry, po każdej czynności w grze generującej koszty, a więc związanej z wysłaniem SMS pod numer Premium Rate i to informacja obejmująca rzeczywiste (faktycznie poniesione) koszty związane z wysłaniem SMS-a i sumę dotychczas poniesionych przez niego kosztów w trakcie gry w związku z wysłaniem SMS-ów pod numery Premium Rate.

Przy takim systemie skonstruowania gry i naliczania opłat, zróżnicowanych w zależności od wyboru Opcji Płatnej w poszczególnych Aplikacjach, dobry obyczaj wymaga, aby konsument posiadał informację o kosztach faktycznie przez niego poniesionych w związku z wysłaniem pojedynczego SMS-a pod numer Premium Rate, z zakupem Opcji Płatnej, (np. wzmocnieniem królestwa o 12 robali – to koszt 11,07 zł z VAT, otrzymanie życia w liczbie 10 – to koszt 2,46 zł z VAT, ominięcie zadania – to koszt 11,07 zł, kupno 1 wiewióry – to koszt 4,92 zł z VAT, transfer bąbelków – to koszt 2,46 zł z VAT).

W ocenie Prezesa Urzędu, we wskazanym wyżej zakresie mogło dojść do istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta (a więc jego decyzji dotyczącej umowy) w trakcie zawierania umowy. W wyniku nie przekazania konsumentom we właściwym czasie, to jest w trakcie gry, po każdej czynności w grze związanej z wysłaniem SMS pod skrócony numer specjalny o podwyższonej opłacie, to jest numer Premium Rate, informacji o poniesionych przez nich rzeczywistych kosztach i sumie tych kosztów związanych z zamówieniem nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych dostępnych w Aplikacjach udostępnianych nieodpłatnie – mogło dojść do opóźnionej reakcji konsumenta w zakresie dalszego korzystania z usługi w przypadku, gdy wartość wysłanych SMS-ów Premium przekracza kwotę, jaką konsument był skłonny wydać korzystając z usługi. Wprowadzenie w błąd konsumentów przez zaniechanie podania istotnych – z punktu widzenia finansowych konsekwencji – informacji mogło mieć wpływ na podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której w przeciwnym razie by nie podjął. Przeciętny konsument – abonent sieci telefonii komórkowej, który co miesiąc ponosi określone wydatki z tytułu korzystania z telefonu komórkowego, mógł bez wątplenia nie podjąć decyzji dotyczącej zamówienia Opcji Płatnych w trakcie gry, udostępnionej mu bezpłatnie przez Spółkę na mocy wcześniej zawartej umowy licencyjnej, gdyby posiadał pełną informację o poniesionych przez niego dotychczas kosztach związanych z zamawianiem nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych dostępnych w Aplikacjach. W tym ujawnia się zniekształcenie zachowań konsumentów. Takie postępowanie Spółki przynosi jej korzyści w postaci przychodów finansowych, natomiast z drugiej strony naraża konsumentów na nieplanowane wydatki i w konsekwencji utratę znacznych środków

finansowych. Podawanie przez Spółkę informacji o poniesionych przez konsumentów rzeczywistych kosztach i sumie tych kosztów związanych z zamówieniem nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych dostępnych w aplikacjach, umożliwiłoby konsumentom podjęcie świadomej decyzji, czy chcą skorzystać lub kontynuować korzystanie z usługi o podwyższonej opłacie w postaci zamawiania kolejnych Opcji Płatnych w trakcie gry na telefonie komórkowym.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu uznał, że opisane zachowanie Spółki narusza art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 u.p.n.p.r., a tym samym jest bezprawne.

Mając na uwadze powyższe ustalenia, **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona.**

Ad 3)

Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiują pojęcia zbiorowego interesu konsumentów. Przepis art. 24 ust. 3 stanowi jedynie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Z całą pewnością mamy do czynienia ze zbiorowym interesem konsumentów wówczas, gdy działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy dotyczy, bądź może dotyczyć nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu. Takie stanowisko trwale podtrzymuje w swoim orzecznictwie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (por. wyroki Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 4 lipca 2001 r. sygn. akt XVII Ama 108/00, z dnia 23 lutego 2002 r. sygn. akt XVII Ama 133/2001).

W związku z powyższym należy uznać, że o tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. W przedmiotowym postępowaniu, Prezes Urzędu zgromadził 12 skarg i reklamacji konsumentów. W jednym z orzeczeń Sąd Najwyższy stwierdził, iż *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczbie potencjalnych konsumentów* (wyrok SN z dnia 12 września 2003 r., sygn. akt I CKN 504/01).

W przedmiotowej sprawie mamy do czynienia z naruszeniem praw nieograniczonej i nieokreślonej liczby konsumentów, którzy mogli skorzystać z aplikacji pod nazwą: „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki Atakują”, „Owocowe Bąbelki” oferowanych przez Spółkę, z zastosowaniem których wiąże się możliwość poniesienia przez konsumentów znacznych kosztów związanych z zamawianiem dodatkowych Opcji Płatnych w trakcie prowadzenia gry na telefonie komórkowym. Nieprzekazywanie przez Spółkę we właściwym czasie informacji o poniesionych przez

konsumentów rzeczywistych kosztach i sumie tych kosztów w związku z zamawianiem Opcji Płatnych naraża konsumentów na nieplanowane wydatki i w konsekwencji utratę znacznych środków finansowych. Zatem zachowanie Spółki godzić może w interesy ekonomiczne konsumentów.

Spółka, za pośrednictwem stron internetowych poszczególnych Aplikacji mogła ze swoją ofertą dotrzeć do bardzo dużej liczby konsumentów zamieszkujących na terenie całego kraju. W tej sytuacji bezprawne zachowanie przedsiębiorcy nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami określonego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów Spółki. Takie działanie Spółki godzi w zbiorowe interesy konsumentów. Rozstrzygnięcie podejmowane w niniejszej sprawie w ramach realizacji interesu publicznego nie dotyczy więc sytuacji pojedynczych konsumentów, lecz służy przeciwdziałaniu negatywnym zjawiskom występującym na rynku.

W związku z powyższym, **Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona.**

Spółka nie przedstawiła dowodów na dokonanie zmian w aplikacjach pod nazwą „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki Atakują”, „Owocowe Bąbelki”, a zatem nie zaniechała stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Mając na uwadze powyższe ustalenia oraz wobec spełnienia przesłanek koniecznych do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz przesłanek wydania decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania wskazanych w art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji.**

Ad II. sentencji niniejszej decyzji

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepis ten stanowi podstawę i górną granicę ustalenia kary dla Spółki, która w 2013 r. osiągnęła przychód w wysokości (tajemnica przedsiębiorstwa) zł. W związku z powyższym maksymalna kara nałożona na Spółkę może wynieść (tajemnica przedsiębiorstwa) zł.

Ustawa nie zawiera zamkniętego katalogu przesłanek, od których uzależniona jest wysokość kar nakładanych na przedsiębiorców. W art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przykładowo jedynie wskazano, iż przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, Prezes Urzędu winien wziąć pod uwagę okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Ponadto orzecznictwo wskazuje, że w przypadku kar przesłankami, które należy brać pod uwagę, są: potencjał ekonomiczny przedsiębiorcy, skutki praktyki dla konkurencji lub kontrahentów, dopuszczalny poziom kary wynikający z przepisów ustawy

oraz cele, jakie kara ma osiągnąć (por.: wyrok Sądu Najwyższego z 27.06.2000 r., sygn. akt I CKN 793/98).

Nakładając karę pieniężną, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wziął pod uwagę konieczność ustalenia, czy określone w tym przepisie naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. Konieczność brania pod uwagę przesłanki nieumyślności działania w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika bezpośrednio z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu, nakładając karę pieniężną – z tytułu naruszenia zakazu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji – Prezes Urzędu wziął pod uwagę całokształt okoliczności sprawy, które wskazywać mogą na nieumyślny charakter naruszenia przez Spółkę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu, opisane w niniejszej decyzji zachowania Spółki – w zakresie oferowanych konsumentom Aplikacji stanowiących interaktywne gry dedykowane na telefony komórkowe – powinny być się kojarzyć z nieuchronnością bezprawnego naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. Jednakże należy wziąć również pod uwagę wyjaśnienia Spółki, która wskazała, że w analogicznej, w jej ocenie, sprawie pod względem faktycznym i prawnym, Sąd Okręgowy w Warszawie w wyroku z dnia 25 kwietnia 2012 r. orzekł odmiennie od stanowiska reprezentowanego przez Prezesa Urzędu. Powyższe może zatem wskazywać na wspomniane wyżej nieumyślne działanie Spółki. Jednocześnie Prezes Urzędu wskazuje, że przedmiotem zarzutu w prowadzonym postępowaniu administracyjnym nie jest wprowadzające w błąd działanie Spółki, a Prezes Urzędu nie kwestionuje udostępnienia konsumentom umowy licencyjnej (regulaminu) zawierającej informacje o kosztach wysłania SMS-ów na numery Premium Rate, do czego odnosił się Sąd w ww. wyroku, lecz w przedmiotowym postępowaniu Spółce został postawiony zarzut nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd przez zaniechanie.

Pomimo powyższego – jak już wcześniej wskazano – samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki daje podstawę do nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Kara pieniężna określona w niniejszej decyzji dotyczy naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji. Ustalając wymiar kary pieniężnej za stwierdzone naruszenie, Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi naruszenia i na tej podstawie ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszej kalkulacji kary, następnie wziął pod uwagę zaistniałą w sprawie okoliczność obciążającą, która miała wpływ na wysokość kary.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu wziął pod uwagę, iż naruszenie nastąpiło na etapie zawierania kontraktu. Istotą naruszenia na tym etapie jest zachowanie przedsiębiorcy wobec konsumenta, wyrażającego zamiar zawarcia kontraktu polegające na naruszeniu przepisów prawa lub dobrych obyczajów wpływające na treść kontraktu. W przedmiotowej sprawie mamy sytuację, w której Spółka nie przekazywała konsumentom we właściwym czasie, to jest w trakcie gry, po każdej czynności w grze związanej z wysłaniem SMS pod skrócony numer specjalny o podwyższonej opłacie, to jest numer Premium Rate, informacji o poniesionych przez nich rzeczywistych kosztach i sumie tych kosztów związanych z zamówieniem nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych dostępnych w aplikacjach udostępnianych nieodpłatnie i umożliwiających prowadzenie gier bezpłatnie, dedykowanych na telefony komórkowe, pod nazwą: „Roślinki vs. Robale”, „Magiczny Totem”, „Odpicuj Fure”, „Zwierzaki Atakują”, „Owocowe Bąbelki”. Takie zachowanie

Spółki skutkowało ograniczeniem zdolności konsumentów do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej zamawiania nieobowiązkowych, dodatkowych Opcji Płatnych w Aplikacjach w trakcie prowadzenia gry na telefonie komórkowym.

Jednocześnie przy analizie wagi naruszenia, Prezes Urzędu uwzględnił długotrwały okres naruszenia, który wynosi powyżej dwunastu miesięcy (naruszenie trwa co najmniej od 2013 r.).

Podsumowanie wagi wskazanego naruszenia pozwoliło Prezesowi Urzędu na stwierdzenie, że waga naruszenia w przedmiotowej sprawie kształtuje się na poziomie (tajemnica przedsiębiorstwa) % przychodu osiągniętego przez Spółkę w 2013 r. Tym samym, ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa stanowiąca równowartość (tajemnica przedsiębiorstwa) % przychodu uzyskanego przez Spółkę wynosi 26.213,81 zł.

Ponadto Prezes Urzędu, dokonując ostatecznego ustalenia wymiaru kary pieniężnej nałożonej na Spółkę, dokonał również oceny zaistniałej w niniejszym postępowaniu okoliczności obciążającej.

Za okoliczność obciążającą Prezes Urzędu uznał znaczny zasięg naruszenia. Spółka, za pośrednictwem stron internetowych poszczególnych Aplikacji, mogła ze swoją ofertą dotrzeć do bardzo dużej liczby konsumentów zamieszkujących na terenie całego kraju, o czym świadczą także skargi konsumentów (z Łodzi, Elbląga, Katowic, Piaseczna, Tarnowa, Brześcia Kujawskiego). W ocenie Prezesa Urzędu, powyższa okoliczność obciążająca uzasadnia zwiększenie kwoty bazowej kary o 20%.

Jednocześnie, dokonując ostatecznego ustalenia wymiaru kary pieniężnej nałożonej na Spółkę, Prezes Urzędu wziął pod uwagę brak uprzedniego naruszenia przez Spółkę przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, stwierdzonego prawomocną decyzją Prezesa Urzędu.

Mając na uwadze szkodliwość stwierdzonego naruszenia oraz wskazaną powyżej okoliczność obciążającą – Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę w wysokości 31.457 zł, co stanowi około (tajemnica przedsiębiorstwa) % przychodu Spółki osiągniętego w 2013 r. oraz (tajemnica przedsiębiorstwa) % maksymalnego wymiaru kary. W ocenie Prezesa Urzędu, tak określona kara podkreśla naganność zachowania Spółki, a jednocześnie jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i współmierna do możliwości finansowych przedsiębiorcy.

Wobec powyższego, Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji.

Rozstrzygnięcie o kosztach postępowania.

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów tejże ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty postępowania.

Niniejsze postępowanie zostało wszczęte z urzędu. W jego wyniku Prezes Urzędu w punkcie I. sentencji decyzji stwierdził naruszenie przez Spółkę art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie z art. 263 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm.)

– zwana dalej: „k.p.a.” – w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56 k.p.a., a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z prowadzoną w toku tego postępowania korespondencją. W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił obciążyć Spółkę kwotą 17,10 zł (słownie: siedemnaście złotych 10/100).

W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił jak w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji.

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

Zgodnie z art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów koszty niniejszego postępowania Spółka obowiązana jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231 000000 w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479²⁸ § 1 i 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tekst jedn. Dz. U. z 2014 r., poz. 101 ze zm.) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

Jednak w przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz art. 264 § 2 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm.), w związku z art. 83 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.), w związku z art. 479³² § 1 i 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego, przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodniowym od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

*Z upoważnienia
Prezesa
Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Zastępcy Dyrektora Delegatury*

Andrzej Kędzia

Otrzymuje:

CT Creative Team S.A.

Ul. Chałubińskiego 8

00-613 Warszawa