



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
ADAM JASSER**

DDK-61-17/13/AK/KA

Warszawa, dnia 27 marca 2015 r.

wersja niezawierająca tajemnicy przedsiębiorstwa [***]

Decyzja nr DDK 2/2015

I.

Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) w zw. z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy o Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r. poz. 945), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania przez ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie) praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, że ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie) stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na jednostronnej zmianie, z dniem 1 marca 2012 r., warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej zawartych na czas oznaczony w zakresie podwyższenia cen świadczonych usług, co mogło naruszać art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, po zobowiązaniu się przez ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie) do podjęcia działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie) obowiązek wykonania zobowiązania do:**

1. zaoferowania konsumentom, których umowy były w czasie oznaczonym i którzy byli objęci zmianą wzorca umownego w zakresie podwyższenia cen świadczonych usług, przeprowadzoną przez CANAL+ Cyfrowy S.A. z dniem 1 marca 2012 r., a jednocześnie nie pozostając abonentami ITI Neovision S.A. w dniu doręczenia ITI Neovision S.A. niniejszej decyzji Prezesa Urzędu, stosownie do sprzutu posiadanego przez konsumenta, darmowych usług, obejmujących:

- a) voucher na pięć filmów VOD udostępnianych przez ITI Neovision S.A. albo
- b) dostęp do nowego w ofercie ITI Neovision S.A. kanału w jakości HD, tj. kanału Adventure HD na okres 12 miesięcy albo
- c) wymianę dekodery SD na dekodery HD - WiFi Box+ lub jego odpowiednik,

oraz skierowania do tych konsumentów od dnia 9 kwietnia 2015 r. dedykowanych akcji komunikacyjnych zapewniających docieralność komunikacji, informujących o możliwości skorzystania z ww. usług, jeżeli konsumenci zgłoszą tak woli ITI Neovision S.A. pod dedykowanymi numerami telefonu / za pośrednictwem dedykowanego formularza mailowego w terminie 2 miesięcy od otrzymania informacji od ITI Neovision S.A.;

2. zaoferowania konsumentom, których umowy były w czasie oznaczonym i którzy byli objęci zmianą wzorca umownego w zakresie podwyższenia cen wiadczonego usług, przeprowadzoną przez CANAL+ Cyfrowy S.A. z dniem 1 marca 2012 r., a którzy nie byli abonentami ITI Neovision S.A. w dniu doręczenia ITI Neovision S.A. niniejszej decyzji Prezesa Urzędu:

- a) możliwość zawarcia z ITI Neovision S.A. umowy abonenckiej na okres 12 miesięcy w ramach oferty Start+ Extra wzbogaconej o Opcję Dodatkową Sport&Film o miesięcznym abonamencie 69,90 zł wraz z darmowym korzystaniem ze sprzętu HD - WiFi Box+ lub jego odpowiednika, przy jednoczesnej możliwości skorzystania przez tych abonentów z darmowego dostępu do nowego w ofercie ITI Neovision S.A. kanału w jakości HD, tj. kanału Adventure HD na okres 12 miesięcy albo
- b) zwrotu w gotówce kwoty 43,16 zł

oraz poinformowania tych abonentów o powyższym poprzez publikację – najpóźniej do końca kwietnia 2015 r. (i) w prasie ogólnopolskiej, w gazecie wydawanej w nakładzie dziennym co najmniej 100.000 egzemplarzy, w której główniej danej gazety, oraz (ii) na stronie internetowej ITI Neovision S.A. (<http://ncplus.pl>), na której komunikat będzie utrzymywany przez 2 miesiące – komunikatu o treści:

ITI Neovision S.A. (ITI Neovision lub Spółka) informuje o działaniach podjętych w związku z wydaniem przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Prezes Urzędu) w dniu [...] decyzji nakładającej na Spółkę zobowiązania dotyczącej usunięcia skutków zmiany wzorca umownego wobec umów o świadczenie usług zawartych na czas oznaczony w zakresie podwyższenia cen wiadczonego usług, przeprowadzonej przez Spółkę z dniem 1 marca 2012 r. (Decyzja Prezesa Urzędu).

W celu wykonania Decyzji Prezesa Urzędu ITI Neovision zobowiązuje się do zaoferowania konsumentom, których umowy były w czasie oznaczonym i którzy byli objęci zmianą wzorca umownego w zakresie podwyższenia cen wiadczonego usług, przeprowadzoną przez Spółkę z dniem 1 marca 2012 r., a jednocześnie nie

byliby ju abonentami ITI Neovision w dniu dorczenia Spółce Decyzji Prezesa Urz du (tj. w dniu [...]):

1) mo liwo ci zawarcia z ITI Neovision umowy abonenckiej na okres 12 miesi cy w ramach oferty Start+ Extra wzbogaconej o Opcj Dodatkow Sport&Film o €cznym miesi cznym abonamencie 69,90 z€ wraz z darmowym korzystaniem ze sprz tu HD - WiFi Box+ lub jego odpowiednika, przy jednoczesnej mo liwo ci skorzystania przez tych abonentów z darmowego dost pu do nowego w ofercie ITI Neovision kana€u w jako ci HD, tj. kana€u Adventure HD na okres 12 miesi cy

albo

2) zwrotu kwoty 43,16 z€

W zwi zku z tym ITI Neovision informuje o mo liwo ci zawarcia przez wskazanych wy ej konsumentów umowy abonenckiej z ITI Neovision na opisanych powy ej promocyjnych warunkach.

Wskazani wy ej konsumenci, którzy nie zdecyduj si na skorzystanie z opisanej wy ej opcji, mog odebra od Spółki kwot 43,16 z€

W celu skorzystania z ww. mo liwo ci, konsumenci maj prawo wyst pi do ITI Neovision o zawarcie umowy abonenckiej na promocyjnych warunkach z dodatkow darmow us€ug albo wyst pi o wyp€at kwoty 43,16 z€ w terminie do dnia [...] [data przypadaj ca na 2 miesi ce od daty publikacji informacji]. Warunkiem skorzystania z ww. mo liwo ci jest kontakt ze Spółk pod dedykowanymi numerami telefonu/ za po rednictwem dedykowanego formularza mailowego w celu zg€oszenia woli zawarcia umowy/ odebrania kwoty 43,16 z€ i weryfikacji przez Spółk spe€nienia przez klienta warunków uprawniaj cych do zawarcia umowy/ odebrania kwoty 43,16 z€ Po pozytywnej weryfikacji Spółka skontaktuje si z uprawnionymi w celu realizacji zobowi zania. Zwrot kwoty 43,16 z€ nast pi na rachunek bankowy wskazany przez konsumenta.

- w terminie do dnia 30 czerwca 2015 r.

II.

Na podstawie art. 28 ust. 3 w zwi zku z art. 28 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) w zw. z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy ó Kodeks post powania cywilnego (Dz. U. z 2014 r. poz. 945), po przeprowadzeniu post powania w sprawie stosowania przez ITI Neovision S.A. z siedzib w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzib w Warszawie) praktyk naruszaj cych zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zosta€ uprawdopodobnione, na podstawie okoliczno ci sprawy, e ITI Neovision S.A. z siedzib w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzib w Warszawie) stosowa€ praktyk naruszaj c zbiorowe interesy konsumentów, opisan w pkt. I rozstrzygni cia decyzji, **Prezes Urz du Ochrony Konkurencji i Konsumentów nak€ada na ITI Neovision S.A. z siedzib w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzib w Warszawie) obowi zek z€ enia**

informacji o realizacji zobowiązania, o którym mowa w pkt. I rozstrzygnięcia decyzji, poprzez przedstawienie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

1. listy zastosowanych rodzajów środków komunikacji, przez które ITI Neovision S.A. kontaktowała się z konsumentami w sprawie możliwości skorzystania przez konsumentów wskazanych w pkt. I.1. rozstrzygnięcia decyzji z korzyści opisanych w pkt. I.1. a)-c) rozstrzygnięcia decyzji, wraz z informacją o datach skierowania do konsumentów poszczególnych rodzajów komunikatów, ich liczbie (również w stosunku do jednego konsumenta) i treści, wraz z zestawieniem jaka liczba konsumentów skorzystała z poszczególnych korzyści opisanych w pkt. I.1 a)-c) rozstrzygnięcia decyzji,
2. wydruku ze strony internetowej ITI Neovision S.A. z dnia opublikowania informacji o możliwości skorzystania przez konsumentów wskazanych w pkt. I.2. rozstrzygnięcia decyzji z korzyści opisanych w pkt. I.2. a)-b) rozstrzygnięcia decyzji,
3. publikacji w prasie ogólnopolskiej informacji o możliwości skorzystania przez konsumentów wskazanych w pkt. I.2. rozstrzygnięcia decyzji z korzyści opisanych w pkt. I.2. a)-b) rozstrzygnięcia decyzji, wraz z informacją o nakładzie ww. gazety,
4. 10 wypełnionych przez konsumentów wskazanych w pkt. I.1. rozstrzygnięcia decyzji formularzy, za pomocą których dokonali wyboru jednej z korzyści opisanej w pkt. I.1. a)-c) rozstrzygnięcia decyzji, wraz z informacją o terminie udostępnienia ww. konsumentom wybranej korzyści,
5. 5 umów (wraz z kompletem załączników) zawartych z konsumentami wskazanymi w pkt. I.2. rozstrzygnięcia decyzji oraz 5 dowodów zwrotu w gotówce kwoty 43,16 zł konsumentom wskazanym w pkt. I.2. rozstrzygnięcia decyzji od dnia publikacji informacji o możliwości skorzystania przez tych konsumentów z korzyści opisanych w pkt. I.2. a)-b) rozstrzygnięcia decyzji,
6. zestawienia jaka liczba konsumentów skorzystała z poszczególnych korzyści opisanych w pkt. I.2 a)-b) rozstrzygnięcia decyzji

- w terminie do dnia 31 sierpnia 2015 r.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dalej również jako: Prezes Urzędu, przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy przedsiębiorca Canal+ Cyfrowy sp. z o.o. siedziba w Warszawie dopuścił się naruszenia przepisów uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów lub naruszenia chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniającego podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach, w związku ze zmianami ofert abonamentowych świadczonych z dniem 1 marca 2012 r.

W dniu 25 listopada 2013 r. Prezes Urzędu, na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego, postanowił wszcząć postępowanie w sprawie stosowania przez CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie (obecnie: ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie), dalej również jako: Spółka, ITI Neovision, praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów polegające na jednostronnej zmianie, z dniem 1 marca 2012 r., warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej zawartych na czas oznaczony w zakresie podwyższenia cen świadczonych usług, co mogło naruszać art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Postanowieniem z dnia 25 listopada 2013 r. Prezes Urzędu w tym samym dniu do materiału dowodowego w postępowaniu administracyjnym następujące dokumenty zgromadzone w toku postępowania wyjątkowo (DDK-405-5/12/AK):

1. postanowienie i zawiadomienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o wszczęciu postępowania wyjątkowo z dnia 8 marca 2012 r.,
2. pisma Canal+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie z dnia: 29 marca 2012 r., 30 kwietnia 2012 r., 28 maja 2012 r., 29 czerwca 2012 r. - wraz z załącznikami,
3. pisma Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia: 12 kwietnia 2012 r., 10 maja 2012 r., 14 czerwca 2012 r.,
4. postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o zamknięciu postępowania wyjątkowo z dnia 18 lipca 2012 r.

W toku postępowania administracyjnego ITI Neovision wniosł o wydanie w niniejszej sprawie decyzji w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, dalej również jako: Sąd lub Sąd. W piśmie z dnia 12 stycznia 2015 r., z którym w toku postępowania Spółka sformułowała zobowiązanie do:

1. zaniechania stosowania zmian wzorców umów wobec umów o świadczenie usług zawartych na czas oznaczony w zakresie podwyższenia cen świadczonych usług, przeprowadzanych zgodnie z procedurą opisaną w art. 384-384¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. o Kodeks cywilny (t.j. z 2014 r., poz. 121 ze zm.), od dnia doręczenia decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydanej w niniejszym postępowaniu do dnia prawomocnego rozstrzygnięcia odwołania Spółki od decyzji Prezesa Urzędu z dnia 26 kwietnia 2013 r., nr DDK-1/2013 przez właściwe sądy;
2. zaoferowania konsumentom, których umowy były w czasie oznaczonym i którzy byli objęci zmianą wzorca umownego w zakresie podwyższenia cen świadczonych usług, przeprowadzoną przez Spółkę z dniem 1 marca 2012 r., a jednocześnie nie pozostają abonentami Spółki w dniu doręczenia Spółce decyzji Prezesa Urzędu w niniejszym postępowaniu, stosownie do sprzutu posiadanego przez konsumenta, darmowych usług, obejmujących:
 - a) voucher na pięć filmów VOD udostępnianych przez ITI Neovision albo
 - b) dostęp do nowego w ofercie ITI Neovision kanału w jakości HD, tj. kanału Adventure HD na okres 12 miesięcy albo

- c) wymian dekoderów SD na dekodery HD - WiFi Box+ lub jego odpowiednik.

Jednocześnie, Spółka zobowiązuje się kierować do tych konsumentów od dnia 9 kwietnia 2015 r. dedykowane akcje komunikacyjne zapewniające docieralność komunikacji, informując o możliwości skorzystania z ww. usług, jeżeli konsumenci zgłoszą tak woli Spółce pod dedykowanymi numerami telefonu/za pośrednictwem dedykowanego formularza mailowego w terminie 2 miesięcy od otrzymania informacji od ITI Neovision;

3. zaoferowania konsumentom, których umowy były w czasie oznaczonym i którzy byli objęci zmianą wzorca umownego w zakresie podwyższenia cen wiązanych usług, przeprowadzoną przez Spółkę z dniem 1 marca 2012 r., a którzy nie byli już abonentami Spółki w dniu doręczenia Spółce decyzji Prezesa Urzędu w niniejszym postępowaniu:

- a) możliwość zawarcia z ITI Neovision umowy abonenckiej na okres 12 miesięcy w ramach oferty Start+ Extra wzbogaconej o Opcję Dodatkową Sport&Film o miesięcznym abonamencie 69,90 zł wraz z darmowym korzystaniem ze sprzętu HD - WiFi Box+ lub jego odpowiednika, przy jednoczesnej możliwości skorzystania przez tych abonentów z darmowego dostępu do nowego w ofercie ITI Neovision kanału w jakości HD, tj. kanału Adventure HD na okres 12 miesięcy albo

- b) zwrotu w gotówce kwoty 43,16 zł

Jednocześnie, ITI Neovision zobowiązuje się poinformować tych abonentów o powyższym poprzez publikację najpóźniej do końca kwietnia 2015 r. (i) w prasie o zasięgu ogólnopolskim, w gazecie wydawanej w nakładzie dziennym co najmniej 100.000 egzemplarzy, w części graficznej danej gazety, oraz (ii) na stronie internetowej Spółki (<http://ncplus.pl>), na której komunikat będzie utrzymywany przez 2 miesiące - komunikatu o treści:

ITI Neovision S.A. (ITI Neovision lub Spółka) informuje o działaniach podjętych w związku z wydaniem przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Prezesa Urzędu) w dniu [...] decyzji nakładającej na Spółkę zobowiązania dotyczące usunięcia skutków zmiany wzorca umownego wobec umów o świadczenie usług zawartych na czas oznaczony w zakresie podwyższenia cen wiązanych usług, przeprowadzonej przez Spółkę z dniem 1 marca 2012 r. (Decyzja Prezesa Urzędu).

W celu wykonania Decyzji Prezesa Urzędu ITI Neovision zobowiązuje się do zaoferowania konsumentom, których umowy były w czasie oznaczonym i którzy byli objęci zmianą wzorca umownego w zakresie podwyższenia cen wiązanych usług, przeprowadzoną przez Spółkę z dniem 1 marca 2012 r., a jednocześnie nie byłiby już abonentami ITI Neovision w dniu doręczenia Spółce Decyzji Prezesa Urzędu (tj. w dniu [...]):

możliwość zawarcia z ITI Neovision umowy abonenckiej na okres 12 miesięcy w ramach oferty Start+ Extra wzbogaconej o Opcję Dodatkową Sport&Film o miesięcznym abonamencie 69,90 zł wraz z darmowym korzystaniem ze

sprz tu HD - WiFi Box+ lub jego odpowiednika, przy jednoczesnej mo liwo ci skorzystania przez tych abonentów z darmowego dost pu do nowego w ofercie ITI Neovision kanału w jako ci HD, tj. kanału Adventure HD na okres 12 miesi cy albo

zwrotu kwoty 43,16 zł

W zwi zku z tym ITI Neovision informuje o mo liwo ci zawarcia przez wskazanych wy ej konsumentów umowy abonenckiej z ITI Neovision na opisanych powy ej promocyjnych warunkach.

Wskazani wy ej konsumenci, którzy nie zdecyduj si na skorzystanie z opisanej wy ej opcji, mog odebra od Spółki kwot 43,16 zł

W celu skorzystania z ww. mo liwo ci, konsumencie maj prawo wyst pi do ITI Neovision o zawarcie umowy abonenckiej na promocyjnych warunkach z dodatkow darmow usug albo wyst pi o wypat kwoty 43,16 zł w terminie do dnia [...] [data przypadaj ca na 2 miesi ce od daty publikacji informacji]. Warunkiem skorzystania z ww. mo liwo ci jest kontakt ze Spółką pod dedykowanymi numerami telefonu/ za po rednictwem dedykowanego formularza mailowego w celu zgłoszenia woli zawarcia umowy/ odebrania kwoty 43,16 zł i weryfikacji przez Spółkę spe czenia przez klienta warunków uprawniaj cych do zawarcia umowy/ odebrania kwoty 43,16 zł Po pozytywnej weryfikacji Spółka skontaktuje si z uprawnionymi w celu realizacji zobowi zania. Zwrot kwoty 43,16 zł nast pi na rachunek bankowy wskazany przez konsumenta;

4. zrealizowania zobowi zania wobec konsumentów, o których mowa w pkt. 2 i 3, do dnia 30 czerwca 2015 r.

Zgodnie z zasad wyra on w art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks post powania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2013 r., poz. 267), Prezes Urz du zawiadomił Spółkę pismem z dnia 19 marca 2015 r. o zako czeniu post powania dowodowego w przedmiotowej sprawie, wyznaczaj c termin na zapoznanie si z aktami sprawy. W dniu 23 marca 2015 r. z aktami sprawy zapoznał si pe omocnik Spółki.

Prezes Urz du Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił co nast puje.

ITI Neovision S.A. z siedzib w Warszawie jest przedsi biorc wpisany do Rejestru Przedsi biorców Krajowego Rejestru S dowego prowadzonego przez S d Rejonowy dla m. st. Warszawy pod numerem 0000469644. Działalno telekomunikacyjna jest działalno ci regulowan i podlega równie wpisowi do rejestru przedsi biorców telekomunikacyjnych prowadzonego przez Prezesa Urz du Komunikacji Elektronicznej. ITI Neovision jest wpisana do rejestru przedsi biorców telekomunikacyjnych pod numerem 6297. Spółka wiadczy m.in. usugi rozprowadzania kodowanych programów telewizyjnych transmitowanych drog satelitarn na obszarze całego kraju.

W lipcu 2012 r. doszł do przekształcenia Canal+ Cyfrowy sp. z o.o. w Canal+ Cyfrowy S.A. w trybie art. 551 ustawy z dnia 15 wrze nia 2000 r. Kodeks spółek handlowych

(t.j. Dz. U. z 2013 r., poz. 1030 ze zm.; dalej również jako: *škshö*). W dniu 2 czerwca 2014 r. nastąpiło za pośrednictwem ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie oraz CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie, do tego momentu wpisanej do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy pod numerem 0000427395 oraz do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych pod numerem 88. Na podstawie art. 494 § 1 ksh, z dniem powstania wszelkie prawa i obowiązki CANAL+ Cyfrowy S.A. przejęte i wykonuje ITI Neovision S.A.

W ramach prowadzonej działalności CANAL+ Cyfrowy S.A. świadczy konsumentom usługę dostępu do programów telewizji satelitarnej w oparciu o umowy na czas oznaczony oraz czas nieoznaczony. Na dzień 4 stycznia 2012 r. łączna liczba abonentów-konsumentów Spółki wynosiła [***] - [***] abonentów posiadających umowy zawarte na czas oznaczony i [***] na czas nieoznaczony (pismo Spółki z dnia 12 grudnia 2013 r.).

W dniach 4-10 stycznia 2012 r. Spółka poinformowała listownie konsumentów będących jej abonentami o zmianie warunków obowiązujących umów o świadczenie usług dostępu do telewizji satelitarnej, tj. o podwyższeniu wysokość opłat abonamentowych za dostęp do programów telewizji satelitarnej od dnia 1 marca 2012 r. w sytuacji braku zgłoszenia przez konsumenta w terminie 14 dni od daty doręczenia zmienionych warunków umowy o świadczenia woli o rozwiązaniu umowy w razie braku akceptacji nowych warunków. Proponowana zmiana cen dotyczyła opłat abonamentowych dotyczących *Pakietów* (innych niż *Startowy* lub *Tematyczny*), *Zestawów Promocyjnych* oraz *Opcji Dodatkowej CYFRA+ Multiroom*. Wzrost cen nie obejmował abonentów, którzy otrzymali od Spółki zapewnienie stałej wysokość opłaty abonamentowej przez dany okres promocyjny lub z góry opłacili abonament za cały okres umowy, a także abonentów, którzy odbierali pakiet *Startowy* lub *Tematyczny* (pismo Spółki z dnia 29 marca 2012 r.).

Wzory skierowanych do konsumentów pism wraz z załączonymi do nich aneksami (odpowiednio: *Aneks do Umowy o Abonament, Regulaminu Oferty Promocyjnej Oferta Wiosenna i jego Cennika, Regulaminu Oferty Promocyjnej Zestawy Promocyjne i jego Cennika oraz Aneksu do Umowy dotyczącego Opcji CYFRA+ Multiroom* oraz *Aneks do Umowy o Abonament, Regulaminu Umowy o Abonament, Cennika, Aneksu Akcja 5 Gotówka z Góry i Aneksu do Umowy dotyczącego Opcji CYFRA+ Multiroom*) stanowi załączniki nr 3, 4, 5 do pisma Spółki z dnia 29 marca 2012 r.

W przedmiotowych pismach konsumenci zostali poinformowani o okolicznościach wzrostu cen za poszczególne pakiety i zestawy promocyjne – spowodowanego wzbogaceniem oferty Spółki w 2011 r. (*Dość czyli my ponad 20 nowych kanałów, w tym a 17 w najwyższej jakości obrazu i dźwięku HD*) – oraz o przysługującym im prawie do wypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji zaproponowanych zmian w terminie 14 dni od daty doręczenia zmienionych warunków umów. Jednocześnie, w odpowiedzi na składane reklamacje konsumentów Spółka uzasadnia wprowadzenie zmian w następujący sposób: *Zmiana cen pakietów wynika ze wzrostu kosztów ponoszonych przez firmę oraz z powodu inflacji. CYFRA+ stale inwestuje w rozwój platformy cyfrowej, rozwija nowoczesne technologie i wzmacnia ofertę programów. Z każdym dołączonym kanałem wzrastają koszty, które CYFRA+ ponosi na rzecz nadawców programów* (skierowane do Urzędu pismo konsumenta [***] z dn. 28 sierpnia 2012 r. wraz z załącznikami, sygn. RKT-690-116/12).

Wysoko podwyżki cen w zależności od posiadanego pakietu lub zestawu promocyjnego, nie uwzględniając rabatów wynikających z akcji promocyjnych, wahała się od 5 zł (wzrost o 24% w stosunku do pierwotnej ceny) do 9 zł (wzrost o ok. 7%). Cena opcji dodatkowej *CYFRA+ Multiroom* wzrosła o 5 zł (25%). Dla przykładu zobrazowania powyższego - abonenci posiadający pakiet *Start* (najtańszy pakiet) zamiast 21 zł po podwyżce mieliby płać 26 zł miesięcznie, natomiast abonenci posiadający pakiet *Presti HD+* (najdroższy pakiet) zamiast 179 zł miesięcznie mieliby 186 zł miesięcznie (pismo Spółki z dnia 29 marca 2012 r.).

Podwyżka opłat abonamentowych dotyczyła abonentów, których obowiązywały ceny określone w warunkach umowy podpisanych przez konsumenta i Spółkę, oraz abonentów, których obowiązywały ceny określone w regulaminie lub cenniku (pismo Spółki z dnia 29 marca 2012 r.).

W dniach 4-10 stycznia 2012 r. wysłano pisma informacyjne w sumie do [***] abonentów-konsumentów, mających ze Spółką umowy zawarte na czas oznaczony, z czego [***] abonentów wypowiedziało umowy ze względu na brak akceptacji zmian (pismo Spółki z dnia 12 grudnia 2013 r.). [***] abonentów-konsumentów Spółki została faktycznie objęta tych zmian cen wprowadzonych z dniem 1 marca 2012 r. Z tej grupy [***] konsumentów nadal (na dzień 4 marca 2015 r.) pozostaje abonentami Spółki, [***] osób nie dotyczy na dzień 4 marca 2015 r. ze Spółką stosunek obligacyjny (pismo Spółki z dnia 4 marca 2015 r.).

W stosowanym przez Spółkę *Regulaminie umowy o abonament*, dalej również jako: *Regulamin*, obowiązującym od 2 października 2011 r., znajdowała się m.in. następująca postanowienia:

- *Operator CYFRY+ zastrzega sobie prawo do podwyższenia opłat opisanych w Cenniku w trybie art. 15 § 8 Regulaminu. W takim wypadku Abonent ma prawo do wypowiedzenia Umowy w terminie 14 dni od daty otrzymania zawiadomienia o opisanym powyżej podwyższeniu opłat opisanych w Cenniku, ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego obowiązującego dotychczasowych stawek tych opłat. W wypadku braku oświadczenia Abonenta o wypowiedzeniu Umowy według powyższych zasad obowiązują nowe stawki opłat opisanych w Cenniku. (í) (art. 4 §1 ust. 5).*
- *Zmiany Regulaminu, Umowy oraz Cennika będą doręczane Abonentowi na piśmie z wyprzedzeniem co najmniej jednego miesiąca przed wprowadzeniem tych zmian w życie. Zmiany Regulaminu, Umowy lub Cennika wydane w czasie trwania Umowy będą wiążące Abonenta, jeżeli ich treść zostanie mu doręczona, a Abonent nie wypowiedzi Umowy w terminie 14 dni od daty ich doręczenia Abonentowi. W wypadku wypowiedzenia Umowy w powyższym trybie Umowa ulega rozwiązaniu z ostatnim dniem obowiązującego Regulaminu w brzmieniu przed dokonaniem zmianami (art. 15 § 8).*

Prezes Urzędu uważa, że następuje.

Naruszenie interesu publicznego

Stosownie do art. 1 ust. 1 uokik ochrona interesów przedsi biorców i konsumentów podejmowana w ramach dziać Prezesa Urz du jest prowadzona w interesie publicznym. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstaw do rozstrzygni cia przez Prezesa Urz du sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Interes publiczny zostaje naruszony w szczególno ci wówczas, gdy okre lonymi dziaćniami przedsi biorcy dotkni ty jest szerszy kr g uczestników rynku, wzgl dnie, gdy wywoćj one na rynku niekorzystne zjawiska, powoduj c zaburzenia w jego prawidćwym funkcjonowaniu (por. wyrok S du Antymonopolowego z dnia 24 pa dziernika 1991 r., sygn. akt XVII Amr 8/90). W ocenie Prezesa Urz du, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdy wi e si z ochron praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy mogli by nara eni na negatywne skutki praktyki stosowanej przez Spółć. Interes publiczny przejawia si tak e w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, i naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocze nie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Z uwagi na to, e w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez Spółć interesu publicznego, mo liwe jest poddanie kwestionowanych dziać ITI Neovision dalszej ocenie w wietle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod k tem stosowania przez Spółć praktyk naruszaj cych zbiorowe interesy konsumentów.

Uprawdopodobnienie stosowania przez ITI Neovision S.A. praktyki naruszaj cej zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszaj cych zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 uokik stanowi za , i przez praktyk naruszaj c zbiorowe interesy konsumentów rozumie si godz ce w nie bezprawne dziaćnie przedsi biorcy, w szczególno ci:

- 1) stosowanie postanowie wzorców umów, które zostać wpisane do rejestru postanowie wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks post powania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 ze zm.);
- 2) naruszanie obowi zku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pećnej informacji;
- 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Konsumentem w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest osoba fizyczna dokonuj ca z przedsi biorc czynno ci prawnej niezwi zanej bezpo rednio z jej dziaćlno ci gospodarcz lub zawodow (art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. ó Kodeks cywilny, t.j. z 2014 r., poz. 121 ze zm.; dalej równie jako: škć, w zw. z art. 4 pkt 12 uokik). Zbiorowe interesy konsumentów podlegaj ochronie przed dziaćniami przedsi biorców, które s sprzeczne z prawem, tj. przepisami okre lonych aktów prawnych oraz zasadami wspóćycia spoćcznego i dobrymi obyczajami. W zwi zku z powy szym, dla uznania dziaćnia przedsi biorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszaj cych zbiorowe interesy konsumentów nale y wykaza , i spećnione zostać kumulatywnie trzy nast puj ce przesćnki:

- A) kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy;
- B) działanie to jest bezprawne;
- C) działanie to godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 28 ust. 1 uokik, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione – na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1 uokik, lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania – przedsiębiorca stosuje praktyki, o których mowa w art. 24 uokik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiązuje się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań.

Prezes Urzędu może zatem wydać decyzję zobowiązującą, jeżeli spełnione są łącznie dwie przesłanki: i) w trakcie postępowania administracyjnego uprawdopodobniono, że przedsiębiorca stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów oraz ii) przedsiębiorca zobowiązuje się do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom. Uprawdopodobnienie w omawianym przypadku oznacza, że Prezes Urzędu odstępuje od udowodnienia określonych faktów.

Ad A)

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik, pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (t.j. Dz. U. z 2013 r. poz. 672 ze zm.), tj. osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonując we własnym imieniu działalność gospodarczą (art. 4 ust. 1 ww. ustawy). Działalność gospodarczą jest zgodnie z przepisem art. 2 ww. ustawy, zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze ziemi, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie jest spółką prawa handlowego wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000469644, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług rozprowadzania kodowanych programów telewizyjnych transmitowanych drogą satelitarną na obszarze całego kraju. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powołanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym, Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ad B)

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie

bezprawno ci wymaga kwestia, czy zachowanie przedsi biorcy być zgodne, czy te niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Ródnym tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązujące, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok SOKiK z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07). Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsi biorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu.

Praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów może przybierać różne formy. Zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsi biorcy, w szczególności czyny nieuczciwej konkurencji.

Czyny nieuczciwej konkurencji

Czynem nieuczciwej konkurencji jest ó zgodnie z art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (dalej również jako: Źuznkö) ó działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsi biorcy lub klienta.

Przepis art. 3 ust. 1 uznk stanowi klauzulę generalną, niemniej jednak w doktrynie i orzecznictwie zaakceptowany jest pogląd, iż może on stanowić samodzielny podstaw do uznania praktyki za czyn nieuczciwej konkurencji, pomimo iż nie można odnieść do któregośkolwiek ze stypizowanych czynów wyrażone zakazanych wymienionych w rozdziale II uznk¹. Aby działanie przedsi biorcy mogłoby, w kontekście przedmiotowego post powania, uznane za czyn nieuczciwej konkurencji, powinno spełniać przesłankę sprzeczności z prawem lub dobrymi obyczajami i jednocześnie zagraża lub narusza interes klienta.

W ocenie Prezesa Urzędu, praktyka Spółki polegająca na jednostronnej zmianie, z dniem 1 marca 2012 r., warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej zawartych na czas oznaczony w zakresie podwyższenia cen świadczonych usług, może stanowić czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 3 ust. 1 uznk.

Dobre obyczaje

Dobre obyczaje pozostają klauzulę generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczności danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny, *sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...)* czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów post powania². W stosunkach z konsumentami śdobry obyczajó powinien wyrażać się we właściwym informowaniu o przyszłych uprawnieniach,

¹ Zob. np. wyrok S du Apelacyjnego w/ odzi z dnia 31 lipca 1995, sygn. akt I ACr 308/95 ó *Jeżeli określone działanie nie mieści się w katalogu czynów wyrażone zakazanych przez ustawę należy na podstawie przewidzianej w art. 3 ustawy klauzuli generalnej, jako uniwersalnego zakazu nieuczciwej konkurencji, ocenić charakter tego działania z uwzględnieniem przesłanek zawartych w tym przepisie.*

² K. Pietrzykowski red., *Kodeks cywilny. Komentarz*, Warszawa 2002 r., s. 804.

niewykorzystywaniu pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. W takich stosunkach szczególne znaczenie mają te oceny zachowań podmiotów w świetle dobrych obyczajów, które odwołują się do takich wartości jak: szacunek wobec partnera, uczciwość, szczerowość, zaufanie, lojalność, rzetelność i fachowość³.

Naruszenie dobrych obyczajów

W przedmiotowym stanie faktycznym za dobry obyczaj należy uznać zasady lojalnego zachowania kontrahenta względem konsumenta, zasady *pacta sunt servanda* oraz zasady dobrej wiary i uczciwości w wykonaniu zobowiązania. Zasady te przejawiają się w prawie konsumenta-abonenta do związania przez stronę terminowym stosunkiem prawnym w kształcie uzgodnionym przy zawieraniu umowy i obowiązku jego kontrahenta do świadczenia dostępu do usługi w ramach określonego w umowie pakietu programowego, po określonej w umowie cenie oraz przez czas oznaczony w umowie.

Jednostronna zmiana przez Spółkę warunków umowy zawartej na czas oznaczony narusza dobre obyczaje, gdy uzależniona jest wyłącznie od woli silniejszej strony stosunku prawnego (przedsiębiorcy), a jedynym zachowaniem po stronie słabszej strony stosunku prawnego (konsumenta) może być tylko akceptacja lub jej brak dla wprowadzanych zmian. Konsument nie dysponuje bowiem żadnymi instrumentami w celu obrony swojego prawa do realizacji ustalonych warunków umowy, które zostały przez strony umowy zaakceptowane i które powinny obowiązywać do końca ustalonego czasu trwania umowy.

W ocenie Prezesa Urzędu, umowy czas oznaczony co do zasady nie powinny być zmieniane, w szczególności w zakresie *essentialia negotii* - co w odniesieniu do umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej oznacza z pewnością brak możliwości dokonywania zmian w zakresie ceny świadczonych usług.

Co ważne, istotny wzrost opłat abonamentowych w przedmiotowym stanie faktycznym nie był uzasadniony szczególnymi względami niezależnymi od dostawcy usług (np. uszkodzeniem części infrastruktury wykorzystywanej do świadczenia usług). Zmiana cennika była decyzją biznesową, uzasadnianą przez Spółkę m.in. wzbogaceniem oferty w 2011 r., tj. włączeniem nowych kanałów, również w jakości HD, oraz inwestycjami w rozwój platformy cyfrowej i nowoczesnych technologii. Tym samym, konsekwencjami przyjętej strategii rozwoju, obejmującej związanie liczby oferowanych przez Spółkę kanałów, na co konsument nie miał wpływu i o co nie zabiegał. Spółka obciąża słabszą stronę stosunku prawnego.

Dopuszczalność jednostronnej zmiany przez ITI Neovision warunków umów w zakresie cen usług

W toku postępowania administracyjnego ITI Neovision przedstawiło stanowisko, że przeprowadzona zmiana wzorca umownego mieści się w granicach zakreślonych w art. 384¹ kc, który wprowadza możliwość modyfikowania treści stosunków o charakterze ciągłym opartych na wzorcach umów poprzez wydanie przez jedną ze stron nowego, zmienionego

³ A. Olejniczak, Komentarz do art. 385 (1) kodeksu cywilnego, pkt 10 [w:] A. Kidyba (red.), Kodeks cywilny. Komentarz. Tom III. Zobowiązania ógólne, LEX 2010.

wzorca. Dodatkowo, Spółka zaznaczyła, że w jej opinii, przepisy prawa nie wymagają istnienia jakichkolwiek klauzul modyfikacyjnych w umowach zawieranych za pomocą wzorca umowy, a wszystkie stosunki umowne o charakterze ciągłym mogą być zmieniane poprzez wydanie kolejnego wzorca umowy, bez względu na to, czy opierają się na umowach zawartych na czas nieoznaczony czy oznaczony. Konkluzją Spółki jest twierdzenie, że nie może być sprzeczne z dobrymi obyczajami działanie sankcjonowane pozytywnym przepisem prawa (pismo Spółki z dnia 12 grudnia 2013 r.).

Odnosząc się do wskazanego stanowiska Spółki, należało zaznaczyć, że zgodnie z art. 384¹ kc, wzorec umowy wydany w czasie trwania stosunku umownego o charakterze ciągłym między stronami, jeżeli zostały zachowane wymagania określone w art. 384 kc (dorzeczenie), a strona nie wypowiedziała umowy w najbliższym terminie wypowiedzenia. Stosunkami obligacyjnymi o charakterze ciągłym (trwałym) są takie zobowiązania, w których czynnik czasu odgrywa istotną rolę ze względu na to, że jest współwyznacznikiem rozmiaru świadczenia (obu stron) lub świadczenia (jednej ze stron).

Art. 384¹ kc nie może jednak uznać za samodzielny podstawę uprawniającą do zmiany warunków zawartej umowy. Taka interpretacja w stosunkach konsumenckich pozwoliłaby bowiem przedsiębiorcy na całkowicie swobodne jednostronne kształtowanie treści umownego stosunku prawnego. Przedsiębiorca mógłby przykładowo pobierać od konsumentów opłaty związane z rozpoczęciem świadczenia (np. tzw. opłata aktywacyjną), a następnie po upływie np. miesiąca proponować konsumentom zmianę warunków tak niekorzystną, że jedyną racjonalną decyzją byłoby wypowiedzenie umowy, co pozwoliłoby przedsiębiorcy na zachowanie opłaty aktywacyjnej pomimo braku po jego stronie obowiązku dalszego świadczenia usługi. Tym samym, wymogi zawarte w art. 384¹ kc traktować należało jako odnoszące się do trybu dokonania przez przedsiębiorcę jednostronnej zmiany warunków umowy, nie zaś przesłanki merytorycznej dopuszczalności dokonania zmiany warunków umowy.

Podobną funkcję pełni również art. 60a i 61 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 243 ze zm.; dalej również jako: *šPtö*), które określają tryb i sposób zmiany warunków umowy (regulaminu) o świadczenie usług telekomunikacyjnych czy cennika bez określania warunków (kryteriów i przesłanek) dopuszczalności wprowadzenia takich zmian.

Uprawnienie do wydania nowego wzorca umowy nie wynika zatem ani z art. 384¹ kc, ani z art. 60a czy 61 *Pt* i – o ile nie znajduje uzasadnienia w przepisach prawa – musi mieć źródło w zawartej umowie lub we wzorcu. Takie stanowisko zajęła również Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 15 lutego 2013 r. (I CSK 313/12, LEX nr 1314141), zgodnie z którym, zmiana treści stosunku zobowiązaniowego przez zwłazanie wzorcem wydanym w czasie trwania tego stosunku dopuszczalna jest tylko wtedy, gdy taka możliwość została przewidziana w umowie lub we wzorcu poprzez zastrzeżenie klauzuli modyfikacyjnej. W uzasadnieniu do ww. wyroku SN wskazała, że (i) zgodnie z art. 384¹ kc, wzorec wydany w czasie trwania stosunku umownego o charakterze ciągłym między stronami, jeżeli zostały zachowane wymagania określone w art. 384 kc, a druga strona nie wypowiedziała umowy w najbliższym terminie wypowiedzenia. W orzecznictwie przyjmuje się jednak, że zmiana treści stosunku zobowiązaniowego przez zwłazanie wzorcem wydanym w czasie trwania tego stosunku dopuszczalna jest tylko wtedy, gdy taka możliwość została przewidziana w umowie lub we

wzorcu poprzez zastrzeżenie klauzuli modyfikacyjnej (zob. np. uchwała Składu siedmiu sędziów Sądu Najwyższego z dnia 6 marca 1992 r., III CZP 141/91, OSNC 1992, nr 6, poz. 90, uchwała Sądu Najwyższego z dnia 19 maja 1992 r., III CZP 50/92, OSP 1993, nr 6, poz. 119 oraz wyrok Sądu Najwyższego z dnia 5 kwietnia 2002 r., II CKN 933/99, nie publ.). Pogląd taki dominuje również w nauce prawa, przy czym jego zwolennicy podkreślają, że w przeciwnym wypadku możliwe byłoby wnoszenie do treści ukształtowanego stosunku zobowiązaniowego dowolnych zmian niekiedy tylko w tym celu, by druga strona skorzystała z możliwości wypowiedzenia. Klauzula modyfikacyjna o jak przyjmuje się w orzecznictwie powinna być dostatecznie skonkretyzowana i wskazywać okoliczności uprawniające do zmiany wzorca (i).

Analiza poglądów doktryny prowadzi do wniosku, który podziela Prezes Urzędu, że (cyt. za M. Bednarek): *Nie każda jednak klauzula modyfikacyjna będzie mogła pełnić rolę podstawy do wydania nowego wzorca lub wprowadzenia zmian do dotychczasowego. Proponent nie powinien być uprawniony do wprowadzania nowych regulaminów (wzorców umowy) lub dokonywania zmian w istniejących regulaminach (wzorcach umowy) w dowolnym czasie i w dowolnym zakresie. U podstaw wprowadzenia modyfikacji do zawieszonych już stosunków prawnych muszą leżeć usprawiedliwione powody, które co do zasady powinny być uprzednio znane adherentom. Wydanie nowego lub zmienionego regulaminu (wzorca umowy) nie może być zaskakujące dla adherenta. Dlatego te klauzule modyfikacyjnym stawia się w orzecznictwie i piśmiennictwie następujące wymagania:*

1. klauzula modyfikacyjna nie może uprawniać do takich zmian, które prowadziłyby do naruszenia istoty umowy (art. 353¹ kc);
2. klauzula modyfikacyjna nie może uprawniać do takich zmian, które dotyczyłyby istotnych elementów umowy;
3. klauzula modyfikacyjna nie może mieć blankietowego charakteru, a zatem powinna wskazywać sytuacje faktyczne, w których może dojść do jednostronnej zmiany stosunku prawnego, oraz kryteria takich zmian po to, by można było ocenić, czy zaistniały przyczyny uzasadniające wydanie nowego wzorca lub dokonanie zmian w już istniejącym i czy poziom reakcji proponenta był usprawiedliwiony w stosunku do rzeczywiście zaistniałych przyczyn⁴.

Uznanie klauzuli modyfikacyjnej za podstawę zmiany stosunku prawnego w czasie jego trwania znajduje również dodatkowe uzasadnienie w przepisie art. 385³ pkt 10 kc, który w razie wątpliwości za niedozwolone postanowienie umowne może uznać klauzulę uprawniającą proponenta do jednostronnej zmiany umowy bez ważnej przyczyny wskazanej w umowie.

W świetle dokonanych przez Prezesa Urzędu ustaleń stanu faktycznego sprawy, w stosowanych przez Spółkę umowach (wzorcach) brak był odpowiednich klauzul modyfikacyjnych uprawniających ITI Neovision do dokonania jednostronnej zmiany

⁴ Tak M. Bednarek, *Wzorce umów w prawie polskim*, Warszawa 2005, str. 92 - 93 i cyt. tam poglądy doktryny i judykatury, m.in.: E. Iłkowska, *Prawo umów* 2002, s. 324; W. Pyzioł, *Umowa rachunku bankowego*, s. 31 i n.; zob. te uchw. SN (7) z 6.3.1992 r., III CZP 141/91; uchw. SN z 26.11.1991 r., III CZP 121/91; uchw. SN (7) z 22.5.1991 r., III CZP 15/91; uchw. SN z 19.5.1992 r., III CZP 50/92; wyr. SN z 5.4.2002 r., II CKN 933/99. Na temat wymagań stawianych klauzulom modyfikacyjnym zob. również D. Rogo, w: *Prawo bankowe. Komentarz*, t. I, Komentarz do art. 1692 (pod red. F. Zolla), Kraków 2005, s. 444.

warunków umowy. Zmiana warunków umowy wymaga zatem, w ocenie Prezesa Urzędu, zwrócenia konsumentowi oferty, a następnie zgodnych o wiadczeniach woli (art. 77 § 1 kc). Ma to znaczenie w szczególności w sytuacji, gdy informacja o wysokości cen usług znajduje się w podpisywanych przez strony umowach o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej.

W konsekwencji – w ocenie Prezesa Urzędu – stosowanie przez Spółkę klauzuli modyfikacyjnej uprawniającej do zmiany istotnych elementów umowy (cena) w sposób zupełnie swobodny (*Operator CYFRY+ zastrzega sobie prawo do podwyższenia opłat opisanych w Cenniku* – art. 4 §1 ust. 5 regulaminu) i dokonanie na jej podstawie jednostronnej zmiany warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej zawartych na czas oznaczony w zakresie podwyższenia cen wiadczonego usług należy uznać za niezgodne z dobrymi obyczajami, w szczególności z zasadami lojalnego zachowania kontrahenta względem konsumenta.

Zagrożenie lub naruszenie interesu konsumenta

Art. 3 ust. 1 uznaje również za przesłankę zagrożenia lub naruszenia interesu innego przedsiębiorcy lub klienta. Za „klienta” należy uważać konsumenta w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów⁵. Interesy konsumenta mogą narządzać zarówno w ekonomicznym, jak i pozaekonomicznym wymiarze. Pozaekonomiczny wymiar poszanowania interesów konsumenta przejawia się w narządzeniu go na niewygodę, stratę czasu, naruszenie prywatności, naruszenie prawa do uczciwego traktowania w relacjach z przedsiębiorcami.

W ocenie Prezesa Urzędu, zasadne jest mimo iż uznaje się odwołanie się wprost do profilu „sprzecznego konsumenta” – odniesienie praktyki stosowanej przez Spółkę do takiego wzoru modelowego konsumenta danego rodzaju usług. Przeprowadzenie testu sprzecznego konsumenta w sprawach z zakresu nieuczciwej konkurencji uzasadni należy zastosowaniem tego modelu w licznych orzeczeniach Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej⁶. W tym zakresie oprócz się należy na definicji zawartej w ustawie z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz.1206 ze zm.; dalej również jako: „upnpr”), jak również na orzecznictwie sądów polskich i Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej. Przyjęcie kryterium naruszenia (zagrożenia) interesu sprzecznego konsumenta jest w niniejszej sprawie pomocne dla obiektywnej oceny działań podejmowanych przez ITI Neovision. Mowa tu o ocenie, w jakim stopniu zakwestionowana praktyka tego przedsiębiorcy mogła wpłynąć negatywnie na zwykłego odbiorcę jego usług i naruszyć jego interes.

Model sprzecznego konsumenta

Zgodnie z art. 2 pkt 8 upnpr, przez sprzecznego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno

⁵ Por. wnioski wynikające z wyroku SOKiK w Warszawie z dnia 20 lutego 2007 r. sygn. akt XVII AmA 95/07.

⁶ Por. J. Szwaja (red.), *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, Warszawa 2000, s. 29, pkt 25a i wskazane tam orzecznictwo.

dokonała się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się jedną z jednoznacznie zidentyfikowanych grup konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna czy umysłowa.

W ocenie Prezesa Urzędu, abonenci Spółki objęci podwyżką cen wprowadzoną z dniem 1 marca 2012 r. nie odznaczają się cechami szczególnymi w rozumieniu art. 2 pkt 8 upnpr. Grup kontrahentów Spółki tworzą bowiem osoby dorosłe (tylko takie mogą być stroną umowy ze Spółką) zainteresowane odbiorem telewizji satelitarnej (w ramach różnych pakietów i zestawów promocyjnych), które znajdują się w obszarze wiadczenia usług przez ITI Neovision, a zatem na terenie całego kraju, w obszarach, gdzie dostępny jest sygnał Spółki. Brak w związku z tym podstaw do formułowania, w świetle kwestionowanej praktyki, szczególnej grupy konsumentów, których owa praktyka mogłaby dotyczyć.

Przeciętnego konsumenta należy rozumieć jako dostatecznie dobrze (przeciętnie) rozwiniętego i zorientowanego, mającego prawo do uzyskiwania od przedsiębiorcy rzetelnych informacji dotyczących np. stosunku zobowiązaniowego (umowy) i tego, czego go zobowiązuje, przekazywanych w sposób niewprowadzający w błąd. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech konsumenta (jego słabości), polegając na tym, że z jednej strony może wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie może uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna.

Od przeciętnego konsumenta oczekiwano, że przed zawarciem umowy o wiadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej z konkretnym przedsiębiorcą przeanalizuje także inne oferty dostępne w danym momencie na rynku, a przy wyborze jednej z nich weźmie pod uwagę takie m.in. czynniki jak: wysokość opłaty abonamentowej, wysokość opłat związanych z aktywacją usług i zakupem niezbędnego sprzętu, liczba i rodzaje kanałów dostępnych w ramach określonego pakietu/zestawu, dodatkowe usługi świadczące przez dostawcę, długość trwania umowy.

Przy zawieraniu umowy przeciętny konsument dokonuje więc kalkulacji opłacalności koniecznych do poniesienia kosztów, uwzględniając korzyści (świadczące mu usługi dostępu do określonych kanałów telewizyjnych za określone ceny) uzyskiwane przez cały okres trwania umowy, co pozwala mu na wybór najbardziej odpowiedniej do jego potrzeb oferty. Nie może jednak oczekiwać, że w swoich kalkulacjach konsument uwzględni możliwość wycofania się przez przedsiębiorcę z zaoferowanych mu cen, promocji czy rabatów, w szczególności jeśli przeciętny konsument nie jest w stanie przewidzieć, jakie zmiany wynikające ze strategii biznesowej przedsiębiorcy zdecyduje się wprowadzić w obowiązujących umowach. Konsument w szczególności nie posiada wystarczającej wiedzy, by przewidzieć, jakie koszty generuje po stronie przedsiębiorcy rozszerzanie oferty programowej i w jakim stopniu sam konsument może być obciążony konsekwencjami takich działań.

Ocena działań ITI Neovision pod kątem zagrożenia lub naruszenia interesu konsumenta

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasadzie gwarancji na ochronę i zabezpieczenie. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę, iż określenie statusu czy zamknięcie tego katalogu interesów konsumentów nie jest możliwe, ani te zasadne⁷.

W przedmiotowym stanie faktycznym należy stwierdzić, iż opisana praktyka Spółki naruszyła interesy konsumentów zarówno ekonomiczne (o wymiarze majątkowym), jak i pozaeconomiczne – rozumiane jako prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego dokonywanych czynności na etapie przedkontraktowym oraz w czasie zawierania i wykonywania umowy. W ramach ochrony interesu pozaeconomicznego w orzecznictwie wskazuje się, że należy uwzględnić niewygodę organizacyjną, mitręg, stratę czasu, nierzetelne traktowanie, wprowadzenie w błąd, a także naruszenie prywatności wskutek nieuczciwych działań przedsiębiorców⁸.

Mając na względzie takie wartości jak zaufanie w obrocie gospodarczym i swoboda decydowania o wyborze usługi i jej zakresie, Prezes Urzędu ocenił ITI Neovision nadużył zaufania konsumentów, którzy dokonali wyboru konkretnej usługi za określonych cen i którym usługa była wiadczone. Spółka poprzez jednostronną zmianę warunków umowy naraziła konsumentów na konieczność ponoszenia wyszych opłat (naruszenie interesów konsumentów o charakterze ekonomicznym), na niewygodę i stratę czasu związane z koniecznością rezygnacji z umowy z dotychczasowym przedsiębiorcą i poszukiwaniem na rynku nowej, satysfakcjonującej konsumenta oferty (naruszenie interesów konsumentów o charakterze pozakonomicznym).

Jednocześnie, mając na uwadze ograniczoną czasowo dostępną ofertę promocji oferowanych przez poszczególnych dostawców usług, mogłoby się okazać, że w przypadku rozwiązania umowy z powodu braku akceptacji proponowanych zmian konsument nie ma możliwości skorzystania z innej interesującej go oferty dostępnej w okresie podejmowania decyzji o zawarciu umowy z ITI Neovision, której wówczas nie wybrał ze względu na decyzję o zawarciu umowy ze Spółką. W rezultacie konsument, nie mogąc poświęcić wiele czasu na poszukiwanie nowej oferty ze względu na zbliżający się termin zakończenia obowiązywania umowy z ITI Neovision, musiałby zdecydować się na dostępny w danym momencie na rynku ofert, która mogłaby nie okazać się dla niego tak opłacalna.

W kontekście rozwiązania umowy z powodu braku akceptacji proponowanych zmian należy również uwzględnić ewentualne szkody powstałe po stronie konsumenta w związku z kosztami poniesionymi na zakup i instalację sprzętu oraz opłat aktywacyjnych. Niezależnym warunkiem odbioru przez konsumenta usługi telewizji satelitarnej jest bowiem zainstalowanie odpowiedniego sprzętu, tj. dekodera i anteny satelitarnej, co wiąże się z poniesieniem przez konsumenta dodatkowych kosztów przy zawarciu umowy. Nadto, konsument obowiązany jest z reguły do uiszczenia opłaty aktywacyjnej (w przypadku Spółki standardowa wysokość opłaty aktywacyjnej to – zgodnie z cennikiem obowiązującym od dnia 2 października 2011 r.

⁷ M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy 2004/17/791.

⁸ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 9 lutego 2011 r. (sygn. akt VIA Ca 694/10, www.orzeczenia.sa.gov.pl).

– 99 zł. Koszty te stanowi inwestycję konsumenta, której zwrotu nie może oczekiwać w sytuacji rozwiązania umowy.

Mając powyższe na względzie, należy uznać za uprawdopodobnione, że Spółka dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji, a zatem opisana w pkt. I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji praktyka ITI Neovision ma charakter bezprawny.

Ad C)

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji zbiorowego interesu konsumentów, wskazuje jednak w przepisie art. 24 ust. 3 uokik, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów pewnej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowanie przez przedsiębiorcę praktyk, obejmujących tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Ochrona zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne w tym znaczeniu, że mogą dotknąć każdego konsumenta bądź tego lub mogącego być potencjalnie kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony są zatem interesy wszystkich aktualnych lub potencjalnych klientów ó traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególnej ochronie (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 10 lipca 2008 r., sygn. akt VI ACa 306/08).

Stanowisko to zostało potwierdzone również w orzecznictwie Sądu Najwyższego, który w uzasadnieniu jednego z wyroków stwierdził, że nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów może nastąpić 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., I CKN 504/01). W innym orzeczeniu SN podkreślił, że praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem także zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument bądź klient lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy (wyrok SN z dnia 10 września 2008 r., III SK 27/07; por. również wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 września 2013 r., VI ACa 67/13).

Nie ulega wątpliwości, że działania przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Dla stwierdzenia godzenia w zbiorowe interesy konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działania przedsiębiorcy nie mają określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Jak podnosi się w doktrynie, w powyższej praktyce naruszającej zbiorowe interesy konsumentów może tak być działanie

przedsiębiorcy skierowane wprowadzić do oznaczonych (indywidualizowanych) konsumentów, o ile przy tym konsumentów tych dotyczy jaka wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów, nie błądca jedynie ó z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującą praktykę zbiorowo czy przypadkowych jednostek, lecz stanowi konkretną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy (zob. M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy 2004/17/791). Należy zatem przyjąć, że zbiorowy interes konsumentów nie musi odnosić się do nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się indywidualizować, gdyż brak indywidualizacji nie sprzeciwia się możliwości wyodrębnienia kategorii błądca zbioru konsumentów o pewnych cechach. 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 zbiorowo czy przesłania o naruszeniu zbiorowego interesu.

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z godzeniem w zbiorowe interesy konsumentów. Na praktykę Spółki mógłby narazić każdy konsument, błądca cy stron umowy o świadczenie usługi dostępu do telewizji satelitarnej zawartej z ITI Neovision na czas oznaczony. Prezes Urzędu, podejmując rozstrzygnięcie w niniejszej sprawie, nie opierał się zatem na indywidualnych przypadkach przedstawianych przez konsumentów, a wziął pod uwagę działanie Spółki odnoszące się do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów-abonentów ITI Neovision. Bezprawne działanie Spółki nie dotyczy bowiem interesów poszczególnych osób, lecz szerokiego kręgu użytkowników, których sytuacja byłaby identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy kontrahentów ITI Neovision. Praktyka stosowana przez Spółkę godzi zarówno w interes ekonomiczny, jak i pozaekonomiczny konsumentów.

Mając powyższe na względzie, należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt. I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji praktyka Spółki narusza zbiorowy interes konsumentów.

Naruszenie obowiązku wykonania zobowiązań. Określenie terminu wykonania zobowiązań (pkt I rozstrzygnięcia decyzji)

Na podstawie art. 28 ust. 1 uokik, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione, że przedsiębiorca stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, a przedsiębiorca zobowiązuje się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może w drodze decyzji nakazać obowiązek wykonania tych zobowiązań.

W przedmiotowej sprawie zobowiązanie Spółki składa się z działań podejmowanych względem dwóch głównych grup konsumentów określonych w pkt. I rozstrzygnięcia decyzji, tj.:

- A. konsumentów, których umowy były w czasie oznaczonym i którzy byli objęci zmianami warunków umowy w zakresie podwyższenia cen świadczonych usług,

przeprowadzon przez Spółkę z dniem 1 marca 2012 r., a jednocześnie nie pozostają abonentami Spółki w dniu doręczenia Spółce niniejszej decyzji Prezesa Urzędu (aktualni abonenci Spółki) oraz

- B. konsumentów, których umowy były w czasie oznaczonym i którzy byli objęci zmianami warunków umowy w zakresie podwyższenia cen wiadczonego usług, przeprowadzon przez Spółkę z dniem 1 marca 2012 r., a którzy nie są abonentami Spółki w dniu doręczenia Spółce niniejszej decyzji Prezesa Urzędu (byli abonenci Spółki).

Podział konsumentów na ww. grupy był konieczny z uwagi na odmienną sytuację faktyczną, w której znajdą się w chwili wydania przedmiotowej decyzji i w konsekwencji zróżnicowany zakres działań możliwych do podjęcia przez Spółkę w stosunku do ww. grup konsumentów. Jedynie bowiem w przypadku aktualnych abonentów Spółki istnieje możliwość zaproponowania im przez Spółkę dodatkowych świadczeń w ramach zawartej umowy.

Mając na uwadze powyższe, zobowiązanie Spółki obejmuje:

- A. zaoferowanie konsumentom w ramach zawartej umowy (aktualnym abonentom w przybliżonej liczbie [***]), stosownie do sprzętu posiadanego przez konsumenta, darmowych usług, obejmujących:
 - a) voucher na pięć filmów VOD udostępnianych przez ITI Neovision albo
 - b) dostęp do nowego w ofercie ITI Neovision kanału w jakości HD, tj. kanału Adventure HD na okres 12 miesięcy albo
 - c) wymianę dekodery SD na dekodery HD - WiFi Box+ lub jego odpowiednik,
- B. zaoferowanie konsumentom niezwiązanym ze Spółką zawartych umów (byłym abonentom w przybliżonej liczbie [***]):
 - a) możliwość zawarcia z ITI Neovision umowy abonenckiej na okres 12 miesięcy w ramach oferty Start+ Extra wzbogaconej o Opcję Dodatkową Sport&Film o miesięcznym abonamencie 69,90 zł wraz z darmowym korzystaniem ze sprzętu HD - WiFi Box+ lub jego odpowiednika, przy jednoczesnej możliwości skorzystania przez tych abonentów z darmowego dostępu do nowego w ofercie ITI Neovision kanału w jakości HD, tj. kanału Adventure HD na okres 12 miesięcy albo
 - b) zwrotu w gotówce kwoty 43,16 zł
- C. podjęcie działań informacyjnych dostosowanych do poszczególnych grup abonentów.

Zgodnie z wyliczeniami Spółki, średnia strata ekonomiczna po stronie każdego abonenta Spółki (obliczona w wyniku przemnożenia średniej liczby miesięcy korzystania przez klientów z oferty dotkniętej podwyżką przez średni miesięczny wysokość podwyżki) wyniosła 43,16 zł. Wartość zaproponowanych przez Spółkę benefitów, z których skorzystałby mogli aktualni abonenci Spółki wynosi odpowiednio: 50 zł (voucher na pięć filmów VOD), 24 zł (kanał Adventure HD), 199 zł (wymiana dekodera). W przypadku byłych

abonentów Spółki przygotowana została dla nich specjalna oferta (nieдостаła innym klientom Spółki) powstała w wyniku zredukowania 24-miesięcznego standardowego okresu zobowiązania do 12-miesięcznego. Alternatywnie byli abonenci Spółki objęci podwyższonymi cenami z dnia 1 marca 2012 r. mogli odebrać ekwiwalent poniesionej przez nich straty ekonomicznej (w uśrednionej wysokości).

Biorąc pod uwagę powyższe, należy uznać, że działania Spółki pozwoliły na usunięcie powstałych negatywnych skutków ekonomicznych dla zbiorowości konsumentów dotkniętej praktykami Spółki. Jednocześnie, podjęte przez Spółkę działania informacyjne z wykorzystaniem kanałów dostosowanych do obu grup abonentów (aktualni abonenci otrzymali elektroniczny komunikat na ekran telewizora, e-mail, list tradycyjny, komunikat w Internetowym Centrum Abonenta, wiadomości SMS, zgodnie z pismem Spółki z dnia 4 marca 2015 r.; byli abonenci – informacja utrzymywana na stronie internetowej Spółki przez okres 2 miesięcy oraz informacja opublikowana w prasie ogólnopolskiej) pozwoliły na szerokiemu gronu abonentów na skorzystanie z oferowanych korzyści.

Na podstawie art. 28 ust. 2 uokik Prezes Urzędu, wydając decyzję nakładając obowiązek wykonania zobowiązania przyjętego przez przedsiębiorcę, może określić termin jego wykonania. Biorąc pod uwagę wymagania czasowe i organizacyjne związane z realizacją zobowiązania, w szczególności czas potrzebny na przeprowadzenie efektywnej kampanii informacyjnej (1 miesiąc, zgodnie z planem komunikacji załączonym do pisma Spółki z dnia 4 marca 2015 r.) oraz czas konieczny abonentom na podjęcie działań związanych z wyborem określonego benefitu (2 miesiące od dnia otrzymania informacji o takiej możliwości), Prezes Urzędu ustalił termin wykonania zobowiązania na dzień 30 czerwca 2015 r.

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

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

Zgodnie z art. 28 ust. 3 uokik, Prezes Urzędu, wydając decyzję nakładając obowiązek wykonania zobowiązania przyjętych przez przedsiębiorcę, nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązania. W związku z tym, Prezes Urzędu nałożył na ITI Neovision obowiązek zezwolenia informacji o stopniu realizacji zobowiązania, o którym mowa w pkt. I rozstrzygnięcia decyzji, poprzez przedstawienie:

1. listy zastosowanych rodzajów środków komunikacji, przez które ITI Neovision S.A. kontaktowała się z konsumentami w sprawie możliwości skorzystania przez konsumentów wskazanych w pkt. I.1. rozstrzygnięcia decyzji z korzyści opisanych w pkt. I.1. a)-c) rozstrzygnięcia decyzji, wraz z informacją o datach skierowania do konsumentów poszczególnych rodzajów komunikatów, ich liczbie (również w stosunku do jednego konsumenta) i treści, wraz z zestawieniem jaka liczba

konsumentów skorzystał z poszczególnych korzyści opisanych w pkt. I.1 a)-c) rozstrzygnięcia decyzji,

2. wydruku ze strony internetowej ITI Neovision S.A. z dnia opublikowania informacji o możliwości skorzystania przez konsumentów wskazanych w pkt. I.2. rozstrzygnięcia decyzji z korzyści opisanych w pkt. I.2. a)-b) rozstrzygnięcia decyzji,
3. publikacji w prasie o zasięgu ogólnopolskim informacji o możliwości skorzystania przez konsumentów wskazanych w pkt. I.2. rozstrzygnięcia decyzji z korzyści opisanych w pkt. I.2. a)-b) rozstrzygnięcia decyzji, wraz z informacją o nakładzie ww. gazety,
4. 10 wypełnionych przez konsumentów wskazanych w pkt. I.1. rozstrzygnięcia decyzji formularzy, za pomocą których dokonaj oni wyboru jednej z korzyści opisanej w pkt. I.1. a)-c) rozstrzygnięcia decyzji, wraz z informacją o terminie udostępnienia ww. konsumentom wybranej korzyści,
5. 5 umów (wraz z kompletem załączników) zawartych z konsumentami wskazanymi w pkt. I.2. rozstrzygnięcia decyzji oraz 5 dowodów zwrotu w gotówce kwoty 43,16 zł konsumentom wskazanym w pkt. I.2. rozstrzygnięcia decyzji od dnia publikacji informacji o możliwości skorzystania przez tych konsumentów z korzyści opisanych w pkt. I.2. a)-b) rozstrzygnięcia decyzji,
6. zestawienia jaka liczba konsumentów skorzystał z poszczególnych korzyści opisanych w pkt. I.2 a)-b) rozstrzygnięcia decyzji

- w terminie do dnia 31 sierpnia 2015 r.

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

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tekst jedn. Dz. U. z 2014 r., poz. 1296 ze zm.) w zw. z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy o Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. 2014 r., poz. 945), od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie o Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie miesiąca od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Z UP. PREZESA
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
ZASTĘPCA DYREKTORA
DEPARTAMENTU OCHRONY INTERESÓW KONSUMENTÓW
/ UKASZ WRÓSKI

Otrzymuj :

[í]