



**PREZES**  
**URZĘDU OCHRONY**  
**KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**  
*MAREK NIECHCIAŁ*

DOZIK-8.610.513.2016.MN.KWi.KA  
(dawn. DOZIK-610-513/16/MN/KWi)

Warszawa, 20 grudnia 2019 r.

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

**Decyzja nr DOZIK 9/2019**

**I.**

Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm., dalej także jako „uokik”) po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego **zostało uprawdopodobnione** na podstawie okoliczności sprawy, że Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni (dalej także jako: „Vectra”, „Spółka” lub „Przedsiębiorca”) stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegające na:

1. jednostronnej zmianie z dniem 1 sierpnia 2015 r. - w sytuacji niewypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji zmiany nie później niż do dnia 1 sierpnia 2015 r. - warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych (televizji oraz dostępu do Internetu) zawartych z konsumentami przez Przedsiębiorcę poprzez podwyższenie opłaty abonamentowej, pomimo niewskazania w umowach przesłanek umożliwiających dokonanie przez Spółkę jednostronnego podwyższenia opłaty abonamentowej w trakcie trwania umowy, co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r., poz. 2070, dalej także jako „upnpr”), oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
2. jednostronnej zmianie z dniem 1 sierpnia 2015 r. - w sytuacji niewypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji zmiany nie później niż do dnia 1 sierpnia 2015 r. - warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez

Przedsiębiorcę zawartych z konsumentami poprzez zmianę zakresu usługi telewizji w ten sposób, że programy gwarantowane: MiniMini+, Orange Sport, Disney XD, MiniMini+ HD, nSport+, Ale Kino+, Ale Kino+ HD, Playboy, TeleToon+ oraz TeleToon+ HD stały się kanałami niegwarantowanymi, pomimo nieokreślenia w umowach przesłanek umożliwiających Spółce dokonanie zmiany reguł emitowania określonych programów w trakcie trwania umowy, co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

3. informowaniu konsumentów będących stronami umów o świadczenie usług przez Przedsiębiorcę w listach kierowanych do nich w czerwcu 2015 r. o przyczynach wprowadzania zmian warunków umowy, w tym wzrostu opłat abonamentowych w zakresie usługi telewizji oraz dostępu do Internetu, a także zmian programowych w zakresie usługi telewizji, poprzez wskazanie, że zmiany te *wynikają w szczególności z zaleceń otrzymanych od Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, mających na celu dostosowanie całości stosowanej przez VECTRA S.A. dokumentacji do obowiązujących obecnie przepisów prawa oraz obejmują zmiany niezależne od VECTRA S.A., wdrażane przez nadawców programowych*, podczas gdy zmiany w zakresie wysokości opłat abonamentowych i zawartości programowej, o których mowa w pkt 1.1 i 1.2 rozstrzygnięcia decyzji, nie były przedmiotem ustaleń z Prezesem Urzędu ani nie stanowiły zmian niezależnych od Spółki, wdrażanych przez nadawców programowych, lecz wynikiły z decyzji podjętej przez Przedsiębiorcę, co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,

po złożeniu przez Spółkę **zobowiązania do podjęcia następujących działań** zmierzających do usunięcia skutków opisanego wyżej naruszenia zbiorowych interesów konsumentów:

- A. Przyznania konsumentom, którzy zostali dotknięci skutkami praktyki opisaney w pkt I.1 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji i spełniają następujące warunki:
  - w momencie poinformowania przez Vectrę o planowanym jednostronnym podwyższeniu opłaty abonamentowej byli abonentami Spółki w tzw. okresie zobowiązania (ich warunki umowy miały charakter terminowy),
  - na dzień przypadający 2 tygodnie po uprawomocnieniu się decyzji będą stroną umowy zawartej ze Spółką, na podstawie której będą korzystać z tej samej usługi, w stosunku do której zastosowano podwyżkę,

**upustu** w wysokości stanowiącej iloczyn wysokości wprowadzonej i opłacanej przez abonenta podwyżki abonamentu i liczby miesięcy od dnia 1 sierpnia 2015 roku (tj. od daty, kiedy podwyżka weszła w życie) do dnia końca okresu zobowiązania, jaki obowiązywał abonenta w dniu wejścia w życie podwyżki.

Rekompensata zostanie udzielona przez uznanie uprawnionym abonentom salda płatności, a następnie obniżenie całości należnej płatności z tytułu zawartej umowy w okresie 6 następujących po sobie miesięcy o kwotę stanowiącą 1/6 całości rekompensaty. Upust będzie naliczany od pierwszego dnia miesiąca następującego po miesiącu, w którym zakończyła się całość komunikacji, o której mowa w pkt I.F-G rozstrzygnięcia decyzji. Jeśli Spółka nie będzie miała możliwości przyznać upustu na powyższych zasadach, a także wtedy, gdy abonent zrezygnuje ze wszystkich usług świadczonych przez Spółkę, Spółka zwróci niewykorzystaną część kwoty rekompensaty przelewem na podany przez abonenta numer konta;

w terminie 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji,

B. Przyznania konsumentom, którzy zostali dotknięci skutkami praktyki opisanej w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji i spełniają następujące warunki:

- w momencie poinformowania przez Vectrę o planowanym jednostronnym podwyższeniu opłaty abonamentowej byli abonentami Vectry w tzw. okresie zobowiązania (ich warunki umowy miały charakter terminowy),
  - na dzień przypadający 2 tygodnie po uprawomocnieniu się decyzji nie będą stroną umowy zawartej ze Spółką,
  - dokonali wyboru jednej z korzyści wskazanych w pkt I.B.i-iii w sposób opisany w niniejszym punkcie;
- i. zwrotu kwoty **36,80 zł** na podany przez abonenta numer rachunku bankowego;
- albo
- ii. w razie zawarcia przez konsumenta umowy ze Spółką na nową usługę telewizyjną, telefonii stacjonarnej lub mobilnej lub dostępu do Internetu stacjonarnego lub mobilnego na okres przynajmniej 12 miesięcy, jeśli zawarcie umowy na ww. usługi nastąpi w terminie 30 dni od daty dziennej wskazanej konsumentom w komunikacji, o której mowa w pkt I.F-H rozstrzygnięcia decyzji - jednorazowego upustu w kwocie **36,80 zł** odejmowanego proporcjonalnie od kolejnych rachunków wystawianych abonentowi, aż do jego wyczerpania;
- albo
- iii. otrzymanie karty GSM z usługą Internetu mobilnego (15 GB) oraz połączeń głosowych (50 minut miesięcznie) oraz 50 SMS-ów (z opcją wykorzystania jako SMS techniczny w domowych instalacjach alarmowych lub jako mobilny Internet do laptopa czy tabletu) dostępnych przez okres 3 miesięcy w najbliższym Biurze Obsługi Klienta, w ciągu 30 dni od daty dziennej wskazanej konsumentom w komunikacji, o której mowa w pkt I.F-H rozstrzygnięcia decyzji.

Konsumenci będą mogli dokonać wyboru korzyści w ciągu 30 dni od otrzymania komunikatu SMS/e-mail, o których mowa w pkt I.F-G rozstrzygnięcia decyzji, poprzez formularz dostępny na dedykowanej stronie internetowej, drogą mailową pod wskazanym adresem lub drogą telefoniczną pod dedykowanym numerem telefonu;

w terminie 6 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji,

C. Przyznania konsumentom, którzy zostali dotknięci skutkami praktyki opisanej w pkt I.2 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji i spełniają następujące warunki:

- w momencie poinformowania przez Vectrę o planowanej jednostronnej zmianie list kanałów gwarantowanych lub w zakresie zawartości programowej pakietu Canal+ byli abonentami Vectry w tzw. okresie zobowiązania (ich warunki umowy miały charakter terminowy),
- na dzień przypadający 2 tygodnie po uprawomocnieniu się decyzji będą stroną umowy o dostęp do telewizji zawartej ze Spółką,

dostępu do kanału Cinemax przez okres 2 miesiące od pierwszego dnia miesiąca następującego po miesiącu, w którym zakończyła się całość komunikacji, o której mowa w pkt I.F-G rozstrzygnięcia decyzji, o ile abonent w tym czasie będzie korzystał z usług i sprzętu abonenckiego, który umożliwia korzystanie z tej usługi;

w terminie 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji,

D. Poinformowania konsumentów o rozstrzygnięciu zawartym w niniejszej decyzji oraz możliwości, terminie oraz sposobie skorzystania z rekompensat wskazanych w pkt I.A-C rozstrzygnięcia decyzji poprzez zamieszczenie poniżej wskazanej informacji **na stronie internetowej Spółki [www.vectra.pl](http://www.vectra.pl)** wraz z odnośnikiem (czcionka LATO, kolor niebieski lub czarny, rozmiar: min. 13 px, link w menu dolnym na stronie głównej) przekierowującym do treści wersji jawnej decyzji Prezesa Urzędu zamieszczonej na stronie internetowej [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl) i utrzymanie ich przez okres 3 miesięcy:

*W związku z decyzją zobowiązującą Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydaną w dniu 20 grudnia 2019 r. nr DOZIK 9/2019 Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni informuje, że zobowiązała się do usunięcia trwających skutków stosowania praktyki polegającej na wprowadzeniu od dnia 1 sierpnia 2015 roku zmian w umowach abonenckich w odniesieniu do podwyżki cen usług oraz zmian programowych, a także niezgodnego z prawdą wskazania, iż zmiany te były skutkiem zaleceń otrzymanych ze strony Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, co mogło naruszać dyspozycję przepisu art. 24 ust. 2 pkt. 3 Ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów. Zasady i termin przyznania rekompensat zostaną przekazane aktualnym i były Abonentom w formie komunikacji sms, pocztą elektroniczną oraz na Strefie Klienta.*

Do ww. komunikatu odsyłać będzie również informacja o treści wskazanej poniżej, w formie wyskakującego okna (tzw. pop-up) wyświetlana po każdorazowym wejściu na stronę [www.vectra.pl](http://www.vectra.pl) i utrzymywana przez okres 3 miesięcy, której pełna treść będzie widoczna po kliknięciu przez użytkownika przycisku „Szczegóły” (zamieszczonego po słowach „informuje”) i która będzie możliwa do zamknięcia przez użytkownika serwisu:

*W związku z decyzją Prezesa UOKIK nr DOZIK 9/2019 z dnia 20 grudnia 2019 r. , Spółka informuje, iż wprowadzone przez nią od 01.08.2015 r. zmiany w umowach abonenckich nie wynikały z zaleceń otrzymanych od Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, a abonentom objętych tymi zmianami przysługują rekompensaty na zasadach określonych w komunikacie na dole niniejszej strony;*

w dniu uprawomocnienia się decyzji,

- E. Poinformowania konsumentów o rozstrzygnięciu zawartym w niniejszej decyzji oraz możliwości, terminie i sposobie skorzystania z rekompensat wskazanych w pkt I.A-C rozstrzygnięcia decyzji poprzez zamieszczenie w **tygodnikach prezentujących programy telewizyjne** o nakładzie co najmniej 100.000 egzemplarzy miesięcznie dwóch ogłoszeń, tj. po jednym ogłoszeniu w każdym z tygodników (co najmniej 1/8 strony, ciemną czcionką na jasnym tle) o następującej treści:

*Oświadczenie Vectra S.A.*

*W związku z realizacją zobowiązań objętych treścią decyzji administracyjnej nr DOZIK 9/2019, wydanej przez Prezesa UOKiK dnia 20 grudnia 2019 r., Vectra S.A. informuje, że zmieniając warunki umów abonenckich od 1 sierpnia 2015 roku, nie zachowała szczegółowych zasad wymaganych dla wprowadzenia przedmiotowych zmian w odniesieniu do podwyżki cen usług oraz zmian programowych, a także niezgodnie z prawdą wskazała, iż zmiany te były skutkiem zaleceń otrzymanych ze strony Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Zasady i termin przyznania rekompensat zostaną przekazane aktualnym i byłym Abonentom w formie komunikacji sms, pocztą elektroniczną oraz na Strefie Klienta. Pełna treść decyzji administracyjnej, o której mowa powyżej, znajduje się na stronach internetowych Vectra S.A. ([www.vectra.pl](http://www.vectra.pl)) oraz Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl);*

w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji,

- F. Poinformowania konsumentów uprawnionych do skorzystania z rekompensat wskazanych w pkt I.A-C rozstrzygnięcia decyzji, których numery telefonów mobilnych Vectra posiada, o możliwości, terminie oraz sposobie skorzystania z rekompensat poprzez wystanie za pomocą wiadomości **SMS** informacji o treści:

*Drogi Kliencie, w związku realizacją decyzji wydanej przez Prezesa UOKiK nr DOZIK 9/2019 z dnia 20 grudnia 2019 r. informujemy, iż przysługuje Ci rekompensata, której szczegóły znajdują się pod adresem .....*

Wiadomość będzie zawierać hiperłącze (link) do listu, w którego treści wskazane będą: rodzaj rekompensaty, informacja o sposobie jej aktywacji (automatyczna lub konieczność dokonania wyboru), termin przyznania rekompensaty, a w przypadku byłych abonentów Spółki dodatkowo sposób i termin dokonania wyboru rodzaju rekompensaty oraz działania niezbędne do podjęcia w celu odbioru rekompensaty;

w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji dla aktywnych abonentów oraz w terminie 2 miesięcy i 2 tygodni od dnia uprawomocnienia się decyzji dla byłych abonentów,

- G. Poinformowania konsumentów uprawnionych do skorzystania z rekompensat wskazanych w pkt I.A-C rozstrzygnięcia decyzji, których adresy poczty elektronicznej Vectra posiada, o możliwości, terminie oraz sposobie skorzystania z rekompensat poprzez wystanie za pomocą wiadomości **e-mail** informacji o treści:

*Drogi Kliencie, w związku realizacją decyzji wydanej przez Prezesa UOKiK nr DOZIK 9/2019 z dnia 20 grudnia 2019 r. informujemy, iż przysługuje Ci rekompensata, której szczegóły znajdują się pod adresem .....*

Wiadomość będzie zawierać hiperłącze (link) do listu, w którego treści wskazane będą: rodzaj rekompensaty, informacja o sposobie jej aktywacji (automatyczna lub



konieczność dokonania wyboru), termin przyznania rekompensaty, a w przypadku byłych abonentów Spółki dodatkowo sposób i termin dokonania wyboru rodzaju rekompensaty oraz działania niezbędne do podjęcia w celu odbioru rekompensaty;

w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji dla aktywnych abonentów oraz w terminie 2 miesięcy i 2 tygodni od dnia uprawomocnienia się decyzji dla byłych abonentów,

H. Poinformowania konsumentów uprawnionych do skorzystania z rekompensat wskazanych w pkt I.A-C rozstrzygnięcia decyzji o możliwości, terminie oraz sposobie skorzystania z rekompensat poprzez zamieszczenie w serwisie **Strefa Klienta** (elektronicznym serwisie abonenta dostępnym po zalogowaniu na stronie internetowej Spółki) i utrzymanie do końca okresu, w którym byli abonenci będą mogli dokonać wyboru rodzaju rekompensaty, informacji o treści:

*Drogi Kliencie, w związku realizacją decyzji wydanej przez Prezesa UOKiK nr DOZIK 9/2019 z dnia 20 grudnia 2019 r. informujemy, iż przysługuje Ci rekompensata, której szczegóły znajdują się pod adresem .....*

Wiadomość będzie zawierać hiperłącze (link) do listu, w którego treści wskazane będą: rodzaj rekompensaty, informacja o sposobie jej aktywacji (automatyczna lub konieczność dokonania wyboru), termin przyznania rekompensaty, a w przypadku byłych abonentów Spółki dodatkowo sposób i termin dokonania wyboru rodzaju rekompensaty oraz działania niezbędne do podjęcia w celu odbioru rekompensaty;

w terminie 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji dla aktywnych abonentów oraz w terminie 2 miesięcy i 2 tygodni od dnia uprawomocnienia się decyzji dla byłych abonentów,

I. Poinformowania konsumentów-abonentów Spółki uprawnionych do skorzystania z rekompensat wskazanych w pkt I.A-C rozstrzygnięcia decyzji o możliwości, terminie oraz sposobie skorzystania z rekompensat poprzez wyświetlanie za pomocą **dekodera** dwa razy w ciągu doby do końca okresu, w którym byli abonenci będą mogli dokonać wyboru rodzaju rekompensaty, informacji o treści :

*Drogi Kliencie, w związku realizacją decyzji wydanej przez Prezesa UOKiK nr DOZIK 9/2019 z dnia 20 grudnia 2019 r. informujemy, iż przysługuje Ci rekompensata. Z treścią decyzji zapoznasz się pod adresem .....*;

w terminie 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji,

**Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów** nakłada na Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni obowiązek wykonania tego zobowiązania w terminach wskazanych powyżej.

## II.

Na podstawie art. 28 ust. 3 w związku z art. 28 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 369 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, że Vectra stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, opisaną w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Przedsiębiorcę obowiązek złożenia informacji o realizacji

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

1. danych liczbowych wskazujących, ilu konsumentów było uprawnionych<sup>1</sup> do skorzystania z poszczególnych rekompensat wskazanych w pkt I.A-C rozstrzygnięcia decyzji (z podziałem na poszczególne korzyści),
2. danych liczbowych wskazujących, ilu konsumentów uprawnionych do otrzymania rekompensaty, o której mowa w pkt I.B rozstrzygnięcia decyzji (tj. konsumentów spełniających warunki wskazane w tiret 1 i 2 ww. pkt), dokonało wyboru korzyści wskazanych w pkt I. B.i-iii rozstrzygnięcia decyzji,
3. danych liczbowych wskazujących, ilu konsumentów uprawnionych do otrzymania rekompensaty, o której mowa w pkt I.B rozstrzygnięcia decyzji (tj. konsumentów spełniających warunki wskazane w tiret 1 i 2 ww. pkt), nie dokonało wyboru korzyści wskazanych w pkt I. B.i-iii rozstrzygnięcia decyzji,
4. danych liczbowych wskazujących, ilu konsumentów skorzystało z poszczególnych rekompensat wskazanych w pkt I.A-C rozstrzygnięcia decyzji (z podziałem na poszczególne korzyści, również w odniesieniu do pkt I.B.i-iii),
5. wydruku zrzutu ekranu ze strony internetowej Vectry przedstawiającego informację, o której mowa w pkt I.D rozstrzygnięcia decyzji (z dnia zamieszczenia tego ogłoszenia), wraz z widoczną datą sporządzenia zrzutu ekranu,
6. stron tygodników z ogłoszeniami, o których mowa w pkt I.E rozstrzygnięcia decyzji, wraz z informacją o tytule i nakładzie tygodnika,
7. danych liczbowych wskazujących, do ilu konsumentów skierowano komunikaty, o których mowa w pkt I.F rozstrzygnięcia decyzji (z podziałem na aktualnych i byłych abonentów Spółki),
8. danych liczbowych wskazujących, do ilu konsumentów skierowano komunikaty, o których mowa w pkt I.G rozstrzygnięcia decyzji (z podziałem na aktualnych i byłych abonentów Spółki),
9. wydruku zrzutu ekranu przedstawiającego informację pojawiającą się po zalogowaniu przez konsumenta w serwisie **Strefa Klienta** , o której mowa w pkt I.H rozstrzygnięcia decyzji (z dnia zamieszczenia tej informacji), wraz z widoczną datą sporządzenia zrzutu ekranu,
10. wydruku zrzutu ekranu przedstawiającego komunikat na dekodерze, o którym mowa w pkt I.I rozstrzygnięcia decyzji, wraz z widoczną datą jego sporządzenia,
11. informacji o datach przekazania lub udostępnienia konsumentom komunikatów, o których mowa w pkt I.D-I rozstrzygnięcia decyzji,
12. potwierdzenia obniżenia opłat za świadczone usługi, o którym mowa w pkt I.A rozstrzygnięcia decyzji, dla 3 przykładowych, imiennie wskazanych abonentów, w postaci wydruku informacji o wysokości salda na koncie abonenckim i 6 kolejnych faktur za świadczone usługi w obniżonej wysokości,
13. potwierdzenia dokonania zwrotu podwyżki, o którym mowa w pkt I.B.i rozstrzygnięcia decyzji, 3 przykładowym konsumentom, wraz ze wskazaniem daty

<sup>1</sup> W odniesieniu do pkt I.B.i-iii rozstrzygnięcia decyzji przez konsumentów uprawnionych do otrzymania rekompensaty należy rozumieć konsumentów spełniających warunki wskazane w pkt I.B tiret 1 i 2 rozstrzygnięcia decyzji.

zgłoszenia przez konsumentów woli skorzystania z rekompensaty i daty zwrotu ww. opłat,

14. potwierdzenia zawarcia z 3 przykładowymi, imiennie wskazanymi konsumentami umów z upustem, o których mowa w pkt I.B.ii rozstrzygnięcia decyzji, wraz ze wskazaniem daty i sposobu zgłoszenia przez konsumentów woli skorzystania z rekompensaty i daty zawarcia umów,
15. potwierdzenia przekazania 3 przykładowym, imiennie wskazanym konsumentom kart GSM, o których mowa w pkt I.B.iii rozstrzygnięcia decyzji, wraz ze wskazaniem daty i sposobu zgłoszenia przez konsumentów woli skorzystania z rekompensaty i daty przekazania kart GSM,
16. potwierdzenia aktywacji 3 przykładowym, imiennie wskazanym konsumentom dostępu do kanału Cinemax, o którym mowa w pkt I.C rozstrzygnięcia decyzji, wraz ze wskazaniem daty aktywacji usługi,
17. informacji o orientacyjnej wysokości kosztów poniesionych przez Spółkę w związku z wykonaniem zobowiązania, o którym mowa w pkt I.A-I rozstrzygnięcia decyzji, z podziałem na koszty poniesione w związku z przyznaniem konsumentom poszczególnych korzyści oraz koszty wynikające z obsługi procesu wykonania zobowiązania. Należy wskazać główne rodzaje kosztów związanych z obsługą ww. procesu i ich orientacyjny udział w ogólnym koszcie obsługi procesu (np. opracowanie systemu IT, przygotowanie procedur, koszty osobowe itp.),
18. informacji, czy Spółka otrzymała reklamacje konsumentów dotyczące wykonania zobowiązania, o którym mowa w pkt I.A-I rozstrzygnięcia decyzji. Jeśli tak, należy wskazać ich liczbę i główne kategorie zgłaszanych problemów oraz sposób ich rozstrzygnięcia

- w terminie 12 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

## Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu”) przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy Vectra dopuściła 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 warunków umów dokonanymi dnia 1 sierpnia 2015 r. w umowach o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych z konsumentami (sygn. akt DDK-405-58/15/MN). Postępowanie zostało wszczęte na skutek analizy materiałów oraz informacji przekazanych przez Spółkę w toku postępowania o sygn. akt DDK-405-15/15/MN, w trakcie którego Spółka poinformowała Prezesa Urzędu o zaplanowanej na 1 sierpnia 2015 r. zmianie umów.

Mając na uwadze dokonane na etapie postępowania wyjaśniającego ustalenia, Prezes Urzędu postanowieniem z dnia 28 grudnia 2016 r. wszczął z urzędu postępowanie w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w pkt I.1-3 rozstrzygnięcia decyzji. Postanowieniem z dnia 28 grudnia 2016 r. Prezes Urzędu włączył również do materiału dowodowego w postępowaniu w sprawie praktyk naruszających



zbiorowe interesy konsumentów określone dokumenty zgromadzone w toku ww. postępowań wyjaśniających.

W celu dokonania ustaleń stanu faktycznego sprawy Prezes Urzędu wzywał Spółkę w toku prowadzonych postępowań do przekazania żądanych informacji i dokumentów, a także do przekazania stanowiska w sprawie. Na podstawie przekazanych informacji i materiałów, w szczególności korespondencji dot. jednostronnych zmian warunków umów skierowanej przez Przedsiębiorcę do konsumentów, wzorców umów, umowy licencyjnej na reemitowanie programów Canal+ zawartej [\*\*\*] z siedzibą w Warszawie (wraz z aneksem) oraz wyjaśnień Spółki Prezes Urzędu dokonał ustaleń faktycznych w niniejszym postępowaniu.

W toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Spółka wniosła o wydanie w niniejszej sprawie decyzji zobowiązującej w trybie art. 28 uokik, formułując zobowiązanie określone w pkt I.A-I rozstrzygnięcia decyzji pismem z 21 sierpnia 2019 r., która to propozycja została doprecyzowana w dalszej korespondencji (w szczególności w pismach z 15 października 2019 r., 8 listopada 2019 r. i 12 grudnia 2019 r.).

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Spółkę liczba konsumentów uprawnionych do skorzystania z rekompensaty wynosi: [\*\*\*] osób dla rekompensaty określonej w pkt I.A rozstrzygnięcia decyzji i [\*\*\*] osób dla rekompensaty określonej w pkt I.B rozstrzygnięcia decyzji na dzień 21 sierpnia 2019 r. (pismo Spółki z 21 sierpnia 2019 r.) oraz [\*\*\*] dla rekompensaty określonej w pkt I.C rozstrzygnięcia decyzji na dzień 12 grudnia 2019 r. (pismo Spółki z 12 grudnia 2019 r.). Z grupy abonentów uprawnionych do otrzymania rekompensaty określonej w pkt I.C rozstrzygnięcia decyzji na dzień 15 października 2019 r. [\*\*\*] abonentów nie korzysta ze sprzętu umożliwiającego aktywację korzyści (pismo Spółki z 15 października 2019 r.). Zgodnie z danymi przekazanymi przez Spółkę, Vectra posiada dane kontaktowe umożliwiające skierowanie do konsumentów SMS-ów i wiadomości e-mail do ok. [\*\*\*] konsumentów dotkniętych kwestionowanymi praktykami (pismo Spółki z 21 sierpnia 2019 r.).

Wysokość rekompensaty dla byłych abonentów (pkt I.B.i rozstrzygnięcia decyzji) skalkulowana została w oparciu o uśrednioną wysokość podwyżki, która wynosiła [\*\*\*] miesięcznie brutto, oraz średnią długość okresów zobowiązania od momentu wprowadzenia podwyżek do ich zakończenia [\*\*\*] (pismo Spółki z 21 sierpnia 2019 r.).

W dn. 12 grudnia 2019 r. Vectra przekazała do Urzędu pełną treść listów, do których odsyłać będą komunikaty, o których mowa w pkt I.F-H rozstrzygnięcia decyzji. Wiadomości te przewidziano w 4 wariantach (dla aktualnych abonentów uprawnionych do otrzymania rekompensaty wskazanej w pkt I.A rozstrzygnięcia decyzji, dla aktualnych abonentów uprawnionych do otrzymania rekompensaty wskazanej w pkt I.C rozstrzygnięcia decyzji, dla aktualnych abonentów uprawnionych do otrzymania rekompensaty wskazanej w pkt I.A i I.C rozstrzygnięcia decyzji oraz dla byłych abonentów uprawnionych do otrzymania rekompensaty wskazanej w pkt I.B rozstrzygnięcia decyzji). Ich treść zamieszczono poniżej.

#### Wariant 1

Szanowni Państwo,

Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni, będąca Państwa dostawcą usług telekomunikacyjnych uprzejmie informuje, iż w celu realizacji zobowiązania przyjętego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w ramach decyzji nr DOZIK 9/2019 wydanej w dniu 20 grudnia 2019 r. r. na podstawie art. 28 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (tekst jedn. Dz. U. z 2018 r., poz. 798 i 650), przyznaje Państwu jednorazową rekompensatę w formie

**finansowej, w wysokości stanowiącej iloczyn wysokości wprowadzonej i opłacanej przez Państwa podwyżki abonamentu i liczby miesięcy od dnia 1 sierpnia 2015 roku (tj. od daty, kiedy podwyżka weszła w życie) do dnia końca okresu zobowiązania, jaki obowiązywał Państwa w dniu wejścia w życie podwyżki. Rekompensata będzie rozliczana od ..... roku do ..... roku.**

Rekompensata zostanie udzielona przez uznanie Państwu salda płatności, a następnie obniżenie całości należnej płatności z tytułu zawartej umowy w okresie 6 następujących po sobie miesięcy o kwotę stanowiącą 1/6 całości rekompensaty. Jeżeli w trakcie udzielania rekompensaty umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych, której są Państwo stroną zostanie rozwiązana, pozostała niewykorzystana kwota rekompensaty zostanie przekazana na podany przez Państwa numer rachunku bankowego. Warunkiem otrzymania zwrotu jest złożenie oświadczenia, zawierającego co najmniej następujące dane: numer rachunku bankowego, na który dokonany powinien zostać zwrot, imię, nazwisko i adres zamieszkania. Powyższe oświadczenie można przestać na adres siedziby Spółki lub drogą elektroniczną na adres poczty elektronicznej [rekompensaty@vectra.pl](mailto:rekompensaty@vectra.pl). Zwrot należności zostanie wykonany nie później niż w terminie 30 dni od daty otrzymania oświadczenia.

W celu poinformowania o numerze konta bankowego mogą Państwo skorzystać ze wzoru oświadczenia, stanowiącego załącznik do niniejszego komunikatu.

W tym miejscu chcielibyśmy podkreślić, że szeroko pojęta satysfakcja naszych Abonentów jest dla nas priorytetem, dlatego wierzymy, że zaproponowane rozwiązania spotkają się z zadowoleniem z Państwa strony.

## Wariant 2

Szanowni Państwo,

Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni, będąca Państwa dostawcą usług telekomunikacyjnych uprzejmie informuje, iż w celu realizacji zobowiązania przyjętego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w ramach decyzji nr DOZIK 9/2019 wydanej w dniu 20 grudnia 2019 r. r. na podstawie art. 28 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (tekst jedn. Dz. U. z 2018 r., poz. 798 i 650), przyznaje Państwu jednorazową rekompensatę w formie

**produktowej, obejmującej aktywację pakietu CINEMAX usługi telewizyjnej w okresie od ..... roku do ..... roku.**

Skorzystanie z przyznanej rekompensaty nie będzie powodować po Państwa stronie konieczności wykonania jakichkolwiek czynności, a określona usługa zostanie Państwu automatycznie aktywowana i dezaktywowana przez Spółkę.

W tym miejscu chcielibyśmy podkreślić, że szeroko pojęta satysfakcja naszych Abonentów jest dla nas priorytetem, dlatego wierzymy, że zaproponowane rozwiązanie spotka się z zadowoleniem z Państwa strony.

### Wariant 3

Szanowni Państwo,

Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni, będąca Państwa dostawcą usług telekomunikacyjnych uprzejmie informuje, iż w celu realizacji zobowiązania przyjętego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w ramach decyzji nr DOZIK 9/2019 wydanej w dniu 20 grudnia 2019 r. r. na podstawie art. 28 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2018 r., poz. 798 i 650), przyznaje Państwu jednorazową rekompensatę w formie

**produktowej, obejmującej aktywację pakietu CINEMAX usługi telewizyjnej w okresie od ..... roku do ..... roku**

#### oraz

**finansowej, w wysokości stanowiącej iloczyn wysokości wprowadzonej i opłacanej przez Państwa podwyżki abonamentu i liczby miesięcy od dnia 1 sierpnia 2015 roku (tj. od daty, kiedy podwyżka weszła w życie) do dnia końca okresu zobowiązania, jaki obowiązywał Państwa w dniu wejścia w życie podwyżki. Rekompensata będzie rozliczana od ..... roku do ..... roku.**

Skorzystanie z przyznanej rekompensaty produktowej nie będzie powodować po Państwa stronie konieczności wykonania jakichkolwiek czynności, a określona usługa zostanie Państwu automatycznie aktywowana i dezaktywowana przez Spółkę.

Rekompensata finansowa zostanie udzielona przez uznanie Państwu salda płatności, a następnie obniżenie całości należnej płatności z tytułu zawartej umowy w okresie 6 następujących po sobie miesięcy o kwotę stanowiącą 1/6 całości rekompensaty.

Jeżeli w trakcie udzielania rekompensaty umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych, której są Państwo stroną zostanie rozwiązana, pozostała niewykorzystana kwota rekompensaty zostanie przekazana na podany przez Państwa numer rachunku bankowego. Warunkiem otrzymania zwrotu jest złożenie oświadczenia, zawierającego co najmniej następujące dane: numer rachunku bankowego, na który dokonany powinien zostać zwrot, imię, nazwisko i adres zamieszkania. Powyższe oświadczenie można przestać na adres siedziby Spółki, dostarczyć do lokalnej placówki Spółki lub przestać drogą elektroniczną na adres poczty elektronicznej [rekompensaty@vectra.pl](mailto:rekompensaty@vectra.pl). Zwrot należności zostanie wykonany nie później niż w terminie 30 dni od daty otrzymania oświadczenia.

W celu poinformowania o numerze konta bankowego mogą Państwo skorzystać ze wzoru oświadczenia, stanowiącego załącznik do niniejszego komunikatu.

W tym miejscu chcielibyśmy podkreślić, że szeroko pojęta satysfakcja naszych Abonentów jest dla nas priorytetem, dlatego wierzymy, że zaproponowane rozwiązania spotkają się z zadowoleniem z Państwa strony.

#### Wariant 4

Szanowni Państwo,

Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni, będąca uprzednio Państwa dostawcą usług telekomunikacyjnych uprzejmie informuje, iż w celu realizacji zobowiązania przyjętego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w ramach decyzji nr DOZIK 9/2019 wydanej w dniu 20 grudnia 2019 r. r. na podstawie art. 28 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2018 r., poz. 798 i 650), przyznaje Państwu jednorazową rekompensatę w formie:

a) zwrotu kwoty 36,80 zł na numer rachunku bankowego,

albo

b) vouchera o wartości 36,80 zł do wykorzystania na płatności za usługi Vectra S.A. w przypadku zawarcia nowej umowy z okresem zobowiązania wynoszącym co najmniej 12 miesięcy, w terminie do 3 miesięcy od dnia złożenia oświadczenia o wyborze tej formy rekompensaty,

albo

c) produktowej, obejmującej wydanie karty SIM, umożliwiającej korzystanie z usługi Internetu mobilnego (15 GB) oraz połączeń głosowych (50 minut miesięcznie) oraz 50 SMS-ów na okres trzech miesięcy.

W celu skorzystania z przyznanej rekompensaty prosimy o wybranie jednej z trzech wyżej wskazanych form rekompensaty.

W przypadku wyboru rekompensaty w postaci zwrotu gotówki w kwocie 36,80 zł uprzejmie prosimy w terminie miesiąca od daty otrzymania niniejszego pisma o przestanie oświadczenia, zawierającego numer Państwa rachunku bankowego, na który zostanie ona Państwu przekazana przelewem, wraz z danymi identyfikacyjnymi, tj.: imieniem, nazwiskiem i adresem zamieszkania. Zwrot ww. należności zostanie zrealizowany w terminie do ..... roku.

W przypadku wyboru vouchera uprzejmie prosimy w terminie miesiąca od daty otrzymania niniejszego pisma o przestanie oświadczenia o wyborze tej formy rekompensaty w sposób tożsamy, jak powyżej. Voucher uprawni Państwa do otrzymania zniżki w opłacie abonamentowej w wysokości 36,80 zł na rachunki wystawione w związku z zawarciem nowej umowy, do momenty wyczerpania tej kwoty. Voucher będzie dostępny w formie elektronicznej na Państwa koncie w systemie płatniczym dostawcy usług od dnia ..... roku do ..... roku., w związku z czym w przypadku chęci skorzystania z niego, konieczne będzie wyłącznie podanie numeru ewidencyjnego Abonenta, nadanego w związku z zawarciem poprzedniej umowy. Do zrealizowania vouchera uprawniony jest jedynie Abonent, który objęty został niniejszą rekompensatą.

W przypadku wyboru rekompensaty produktowej prosimy w terminie miesiąca od daty otrzymania niniejszego pisma o przestanie oświadczenia o wyborze tej formy rekompensaty. W takim przypadku będą Państwo uprawnieni do odbioru kart SIM z Biura Obsługi Klienta zlokalizowanego pod adresem ...../pod adresem wskazanym w odrębnym sms'ie, w terminie od ..... roku do ..... 2019 roku. Świadczenie usługi objętej tego rodzaju rekompensatą będzie miało miejsce przez okres trzech miesięcy od dnia odbioru karty SIM. Wskazujemy również, że przyznany Państwu dodatkowy pakiet usług zostanie dezaktywowany po upływie bezpłatnego okresu korzystania. Powyższe nastąpi automatycznie i nie będzie wymagało od Państwa jakichkolwiek dodatkowych czynności.

W celu poinformowania o wyborze rekompensaty mogą Państwo skorzystać ze wzoru oświadczenia, stanowiącego załącznik do niniejszego komunikatu lub poprzez kontakt telefoniczny pod numerem ..... Oświadczenie należy przesać na adres siedziby Spółki, przesać na adres poczty elektronicznej [rekompensaty@vectra.pl](mailto:rekompensaty@vectra.pl) lub poprzez formularz kontaktowy dostępny pod adresem .....

W przypadku braku odpowiedzi z Państwa strony w powyżej określonym terminie, będzie to jednoznaczne z rezygnacją z otrzymania rekompensaty.

.....  
(imię i nazwisko Abonenta)

.....  
(adres zamieszkania)

.....  
(nr ewidencyjny Abonenta/PESEL)

**VECTRA S.A.**

#### OŚWIADCZENIE O WYBORZE FORMY REKOMPENSATY

W nawiązaniu do otrzymanej korespondencji w zakresie rekompensaty, o której mowa w decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o sygnaturze akt ....., niniejszym dokonuję wyboru ww. rekompensaty w formie:

- vouchera o wartości 36,80 zł do wykorzystania na płatności za usługi Vectra S.A. w przypadku zawarcia nowej umowy w terminie od ..... do ..... roku;
- produktowej, obejmującej wydanie karty SIM, umożliwiającej korzystanie z usługi Internetu mobilnego (15 GB) oraz połączeń głosowych (50 minut miesięcznie) oraz 50 SMS-ów na okres trzech miesięcy
- zwrotu kwoty 36,80 zł na numer rachunku bankowego:  
.....

.....  
(data i podpis Abonenta)

Pismem z dnia 31 maja 2019 r. Prezes Urzędu, mając na uwadze nakaz należytego i wyczerpującego informowania strony o okolicznościach sprawy wyrażony w art. 9 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2018 r. poz. 2096 ze zm., dalej: „kpa”), poinformował Spółkę o dotychczasowych ustaleniach poczynionych w toku prowadzonego przeciwko Vectrze postępowaniu, umożliwiając tym samym Spółce po raz kolejny ustosunkowanie się do stawianych jej zarzutów przed wydaniem przedmiotowej decyzji.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 kpa, pismem z dnia 16 grudnia 2019 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego. Prezes Urzędu wyznaczył również termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy. Przedsiębiorca w dniu 19 grudnia 2019 r. poinformował, że nie będzie korzystał z tej możliwości.



## Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił, co następuje

Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy Gdańsk - Północ w Gdańsku, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000089460. Przedmiotem działalności Spółki jest m.in. działalność w zakresie telekomunikacji przewodowej oraz nadawania programów telewizyjnych ogólnodostępnych i abonamentowych. Działalność telekomunikacyjna jest działalnością regulowaną i podlega wpisowi do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Spółka jest wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych pod nr 5568.

**Dowód:** karty nr 777 - 784 - informacja odpowiadająca odpisowi aktualnemu z Krajowego Rejestru Sądowego wg stanu na dzień 20 grudnia 2019 r., informacja Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych wg stanu na dzień 20 grudnia 2019 r.

W ramach postępowania o sygn. akt DDK-405-15/15/MN mającego na celu wstępne ustalenie, czy Spółka dopuściła się naruszenia przepisów uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Przedsiębiorca zadeklarował wdrożenie uzgodnionych z Prezesem UOKiK zmian w zakresie stosowanych przez siebie względem konsumentów praktyk. Pismem z dnia 30 czerwca 2015 r. Spółka poinformowała Prezesa Urzędu o zaplanowanej na 1 sierpnia 2015 r. zmianie umów, które zostały zawarte z konsumentami w okresie do 24 czerwca 2015 r. Jednocześnie Spółka wskazała, że w dniach 24-30 czerwca 2015 r. rozesłała do konsumentów-abonentów Spółki listy informujące o zakresie zaplanowanych zmian oraz o możliwości bezkosztowego wypowiedzenia umowy w przypadku braku ich akceptacji. Jako załącznik do pisma Spółka przedłożyła Prezesowi Urzędu [\*\*\*] wersji listów informujących o zmianach. Treść poszczególnych listów nieznacznie różniła się między sobą w zależności od rodzaju umów zawartych przez daną grupę konsumentów-adresatów listu.

**Dowód:** karty nr 1-3 - pismo Spółki z dnia 30 czerwca 2015 r., karty nr 11-59 - pisma Spółki informujące abonentów o treści wprowadzanych zmian.

Analiza stanu faktycznego wykazała, że oprócz wprowadzenia zmian uzgodnionych z Prezesem Urzędu w toku ww. postępowania wyjaśniającego (skrócenie okresu wypowiedzenia z 2 miesięcy do 1 miesiąca, zrezygnowanie z przestanki „nieracjonalności ekonomicznej zmiany” jako jednej z przyczyn odmowy dokonania zmiany umowy na wniosek konsumenta, uszczegółowienie informacji odnośnie działań podejmowanych przez Spółkę po zablokowaniu usług w przypadku naruszenia przez konsumenta warunków umowy innych niż brak terminowego uiszczenia opłaty abonamentowej oraz obniżenie wysokości kary umownej nakładanej na konsumenta za udostępnienie usług poza lokal i zmiany w zakresie cyklicznego przedłużania czasu trwania okresu zobowiązania), Spółka wprowadziła we wzorcach również inne zmiany, takie jak zmiany mające na celu uspołnienie dokumentacji abonenckiej (np. zmiana pozycji *numer identyfikacyjny* na *numer ewidencyjny*, ujednoczenie numeracji) oraz zmiany o charakterze technicznym, np. mające na celu doprecyzowanie zasad użytkowania oraz zwrotu urządzeń abonenckich.

Powyższe zmiany objęły wszystkich adresatów listów, tj. [\*\*\*] konsumentów - abonentów Vectry.

**Dowód:** karty nr 3-4 - pismo Spółki z dnia 30 czerwca 2015 r., karty nr 11-59 - pisma Spółki informujące abonentów o treści wprowadzanych zmian, karty nr 73-74 oraz karty nr 82-83 - pismo Spółki z dnia 6 listopada 2015 r., karty nr 89-143 - wzorce dokumentacji abonenckiej obowiązującej przed i po dokonaniu zmian, karty nr 145-184 - datowane na 20 czerwca 2015 r. pisma Spółki informujące abonentów o treści wprowadzanych zmian, karta nr 186 - pismo Spółki z dnia 12 listopada 2015 r., karta nr 520 - pismo Spółki z dnia 16 sierpnia 2018 r.

W stosunku do części konsumentów przedmiotem jednostronnej zmiany dokonanej przez Vectrę była również wysokość ponoszonych przez konsumentów opłat abonentowych. Analiza treści listów pozwoliła na wyodrębnienie [\*\*\*] grup konsumentów-abonentów Vectry objętych podwyżkami. W dalszej części pisma dla ich rozróżnienia Prezes Urzędu będzie posługiwał się oznaczeniami przyjętymi przez Spółkę dla oznaczenia poszczególnych wersji listów informujących o zmianach.

Przedmiotowe podwyżki dotyczyły opłat za świadczenie usługi telewizji (grupy 01A, 02A, 02B, 02C, 02D, 03A) lub dostępu do Internetu (grupy 02E, 03B), zaś ich wysokość została uzależniona od warunków, na jakich poszczególnym grupom konsumentów świadczone dotychczas określone usługi. W piśmie z dnia 6 listopada 2015 r. Spółka wskazała: *W zakresie zmiany ceny poszczególnych usług podstawowym kryterium doboru Abonentów do dokonanych zmian był [\*\*\*].*

**Dowód:** karta nr 81 - pismo Spółki z dnia 6 listopada 2015 r., karta nr 186 - pismo Spółki z dnia 12 listopada 2015 r., karty nr 189-232 - datowane na 20 czerwca 2015 r. pisma Spółki informujące abonentów o treści wprowadzanych zmian wraz z przypisaniem im oznaczenia konkretnego rodzaju listu.

W większości przypadków wysokość podwyżek mieściła się w przedziale od [\*\*\*], choć zdarzały się również pojedyncze sytuacje, w których kwota podwyżki sięgała nawet [\*\*\*]. [\*\*\*]. Średnia wysokość podwyżki, uwzględniając zarówno umowy dostępu do telewizji, jak i Internetu, wyniosła [\*\*\*].

W listach informujących o zmianach wysokość podwyżki wskazano bezpośrednio poprzez podanie jej kwoty (grupy 02A [\*\*\*], 02B [\*\*\*], 02C [\*\*\*], 02E i 03A [\*\*\*], 03B [\*\*\*]) lub pośrednio poprzez wskazanie kwoty, do jakiej wzrosnie po podwyżce wysokość opłacanego przez konsumenta abonamentu (grupy 01A i 02D [\*\*\*]).

Drugi sposób określenia podwyżki dotyczył konsumentów z grupy 01A, tj. konsumentów korzystających z [\*\*\*]. Grupa ta obejmowała konsumentów korzystających z [\*\*\*], na które umowy zawarto w [\*\*\*] promocjach przy uwzględnieniu [\*\*\*] różnych pułapów cenowych [\*\*\*]<sup>2</sup>. Najpopularniejszymi pakietami w tej grupie konsumentów były [\*\*\*]<sup>3</sup>.

Grupą różnorodną pod względem ponoszonych dotychczas opłat oraz wysokości wprowadzonej 1 sierpnia 2015 r. podwyżki była również grupa 02D, obejmująca konsumentów korzystających z [\*\*\*] i na jej skutek łączna opłata ponoszona przez konsumentów za dostęp do kanałów telewizyjnych, w tym pakietu [\*\*\*], wzrosła do [\*\*\*].

<sup>2</sup> [\*\*\*]

<sup>3</sup> Powyższa statystyka uwzględnia jedynie konsumentów, których umowy znajdowały się w trakcie trwania okresu zobowiązania.

Zmiany w zakresie wysokości opłat dotyczyły zarówno umów zawartych na warunkach standardowych, jak i promocyjnych, w tym umów znajdujących się w czasie trwania okresu zobowiązania, tj. *wskazanego w Umowie minimalnego okresu wymaganego do skorzystania z Promocyjnych Warunków Umowy*<sup>4</sup>.

Pierwotnie podwyżkami objęto w sumie grupę [\*\*\*] konsumentów-abonentów Vectry, przy czym [\*\*\*] spośród nich znajdowało się w czasie trwania wynikającego z warunków promocyjnych okresu zobowiązania. Do [\*\*\*] konsumentów wysłano jednak erraty, w których Vectra wycofała się z podwyżki.

**Dowód:** karta nr 124 - Regulamin Świadczenia Usług przez Vectra S.A., karta nr 186 - pismo Spółki z dnia 12 listopada 2015 r., karty nr 189-232 - datowane na 20 czerwca 2015 r. pisma Spółki informujące abonentów o treści wprowadzonych zmian wraz z przypisaniem im oznaczenia konkretnego rodzaju listu, karty nr 237-248 - pismo Spółki z dnia 18 kwietnia 2016 r., karty nr 382-387 - pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2017 r., pismo Spółki z 12 grudnia 2019 r.

Wysokość, zakres oraz liczebność poszczególnych grup konsumentów objętych podwyżkami obrazuje tabela zamieszczona poniżej.

Oznaczenie grupy	Przedmiot zmiany	Wysokość podwyżki	Liczba konsumentów objętych zmianą	W tym liczba konsumentów znajdujących się:	
				w okresie zobowiązania	poza okresem zobowiązania
01A	zmiana pakietów z grupy Premium Canal+ na nowy pakiet Canal+ Select w cenie 44,90 zł	[***]	[***]	[***]	[***]
02A	wzrost opłaty za pakiet telewizyjny	[***]	[***]	[***]	[***]
02B		[***]	[***]	[***]	[***]
02C		[***]	[***]	[***]	[***]
02D	zmiana łącznej opłaty za dostęp do pakietów telewizji cyfrowej oraz za Pakiet Złoty telewizji cyfrowej na 44,90 zł	[***]	[***]	[***]	[***]
03A	wzrost opłaty za pakiet telewizyjny wraz z bezpłatną zmianą prędkości Internetu z nieoferowanych prędkości do 15 Mb	[***]	[***]	[***]	[***]
03B	wzrost opłaty za pakiet internetowy do 50 zł wraz ze	[***]	[***]	[***]	[***]

<sup>4</sup> Definicja wg pkt 2 Regulaminu Świadczenia Usług przez Vectra S.A. obowiązującego od 1 października 2012 r.

	zmianą prędkości do 50 Mb				
02E	wzrost opłaty za pakiet internetowy o 5,90 zł	[***]	[***]	[***]	[***]
		SUMA	[***]	[***]	[***]

**Dowód:** karta nr 186 - pismo Spółki z 12 listopada 2015 r., karty nr 189-232 - datowane na 20 czerwca 2015 r. pisma Spółki informujące abonentów o treści wprowadzonych zmian wraz z przypisaniem im oznaczenia konkretnego rodzaju listu, karta nr 237 - pismo Spółki z dnia 18 kwietnia 2016 r., karty nr 382-387 - pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2017 r., pismo Vectry z dnia 21 sierpnia 2019 r.

Części podwyżek towarzyszyły dodatkowo zmiany parametrów usługi, z którą związana była podwyżka, lub też innej usługi oferowanej łącznie z tą usługą w pakiecie. I tak, w przypadku grupy konsumentów oznaczonej jako 03B podwyżce ceny usługi dostępu do Internetu towarzyszyła zmiana prędkości tejże usługi z 30 Mb/s do 50 Mb/s, natomiast w przypadku konsumentów z grupy 03A zmianie prędkości usługi dostępu do Internetu z nieoferowanych przez Spółkę (bowiem wynikających z oferty historycznej lub związanych z sieciami telekomunikacyjnymi przejętymi od innych dostawców usług) prędkości (np. 2 Mb/s, 5 Mb/s) do 15 Mb/s towarzyszył wzrost opłaty za oferowaną w paczce z tą usługą usługę telewizyjną.

**Dowód:** karta nr 223 - datowana na 20 czerwca 2015 r. pismo Spółki informujące abonentów z grupy 03B o treści wprowadzonych zmian, karta nr 219 - datowana na 20 czerwca 2015 r. pismo Spółki informujące abonentów z grupy 03A o treści wprowadzonych zmian.

Jak już wspomniano wyżej, podwyżka wysokości opłat za dostęp do programów telewizyjnych przeprowadzona w stosunku do konsumentów z grupy 01A połączona była dodatkowo ze zmianą oferty dotychczas świadczonych pakietów Premium Canal+ na wprowadzony w ich miejsce nowy pakiet Canal+ Select. Zmiana ta związana była z wejściem w życie *Aneksu Nr 1 do umowy licencyjnej na reemitowanie programów Canal+* [\*\*\*] zmianie uległy zasady, na jakich Spółka ma prawo reemitować kanały z grupy Canal+.

Spółka wskazała, że przedmiotowe zmiany dotyczyły zarówno umów znajdujących się w czasie trwania okresu zobowiązania, jak i poza nim.

Zgodnie ze stanowiskiem Przedsiębiorcy z dnia 16 sierpnia 2018 r. umowa licencyjna na reemitowanie programów CANAL+ [\*\*\*].

**Dowód:** karta nr 191 - datowana na 20 czerwca 2015 r. pismo Spółki informujące abonentów z grupy 01A o treści wprowadzonych zmian, karta nr 348 - Aneks nr 1 do umowy licencyjnej na reemitowanie programów Canal+ [\*\*\*], karta nr 522 - pismo Spółki z dnia 16 sierpnia 2018 r.

O ile zmiana w zakresie ponoszonej przez konsumenta opłaty abonamentowej dotyczyła jedynie części spośród konsumentów-abonentów Vectry, o tyle kolejna z zakwestionowanych przez Prezesa Urzędu zmian - zmiana w zakresie programów gwarantowanych i programów niegwarantowanych - dotyczyła wszystkich konsumentów, którzy zawarli umowy z Vectrą do dnia 24 czerwca 2015 r.

W tym miejscu wskazać należy, że w swojej ofercie Vectra rozróżnia dwie kategorie programów wchodzących w skład pakietów - programy gwarantowane oraz programy niegwarantowane wyszczególnione we wzorcu wchodzącym w skład dokumentacji abonenckiej, tj. aktualnym na dzień zawarcia umowy *Wykazie Programów Gwarantowanych i Programów Niegwarantowanych*. Z dniem 1 sierpnia 2015 r. Spółka wprowadziła zmiany w *Wykazie Programów Gwarantowanych i Programów Niegwarantowanych* w ten sposób, że część kanałów została przeniesiona do kategorii programów niegwarantowanych, przy czym w przypadku przesunięcia niektórych programów zmiana wiązała się z wprowadzeniem w ich miejsce tych samych kanałów w innym standardzie nadawania (zamiast programu w technologii SD program w technologii HD) lub też przesunięciu kanału w jakości SD towarzyszyło pozostawienie na liście programów gwarantowanych tego samego kanału w jakości HD. W przypadku programów wymienionych w pkt 1.2 rozstrzygnięcia decyzji przesunięciu programów do kategorii programów niegwarantowanych nie towarzyszyły żadne dodatkowe zmiany, tj. programy te nie pozostały ani nie pojawiły się na liście kanałów gwarantowanych w żadnym standardzie nadawania. Opisane zmiany obrazuje szczegółowo poniższa tabela.

Zmiany w zakresie Wykazów Kanałów Gwarantowanych i Niegwarantowanych z dniem 1 sierpnia 2015 r.			
Pakiety	Przesunięcie programu do kategorii programów niegwarantowanych	Okoliczności towarzyszące/pojawienie się programu w kategorii programów gwarantowanych	
Pakiet Stalowy	PULS 2 SD	PULS 2 HD	
	TVN 7 SD	<i>TVN 7 HD pozostaje w gwarantowanych</i>	
Pakiet Srebrny	PULS 2 SD	PULS 2 HD	
	TVN 7 SD	<i>TVN 7 HD pozostaje w gwarantowanych</i>	
	MiniMini+		
	Orange Sport		
	Stopklatka TV SD	Stopklatka TV HD	
	Zmiana nazw programów niegwarantowanych TV Disco i Mjuzik.TV na 4FUN Hits i 4FUN Fit&Dance		
Pakiet Złoty	PULS 2 SD	PULS 2 HD	
	TVN 7 SD	<i>TVN 7 HD pozostaje w gwarantowanych</i>	
	MiniMini+		
	Orange Sport		
	Stopklatka TV SD	Stopklatka TV HD	
		Zmiana nazw programów niegwarantowanych TV Disco i Mjuzik.TV na 4FUN Hits i 4FUN Fit&Dance	
	Disney XD		
	MiniMini+ HD		
	National Geographic Channel SD	<i>National Geographic Channel HD pozostaje w gwarantowanych</i>	
	nSport+		
	TVN Style SD	<i>TVN Style HD pozostaje w gwarantowanych</i>	
	TVN Turbo SD	<i>TVN Turbo HD pozostaje w gwarantowanych</i>	
TVN 24 SD	<i>TVN 24 SD pozostaje w gwarantowanych</i>		
TVP Sport SD	<i>TVP Sport HD pozostaje w</i>		



Pakiet Platynowy		<i>gwarantowanych</i>
	PULS 2 SD	PULS 2 HD
	TVN 7 SD	<i>TVN 7 HD pozostaje w gwarantowanych</i>
	MiniMini+	
	Orange Sport	
	Stopklatka TV SD	Stopklatka TV HD
	Zmiana nazw programów niegwarantowanych TV Disco i Mjuzik.TV na 4FUN Hits i 4FUN Fit&Dance	
	Disney XD	
	MiniMini+ HD	
	National Geographic Channel SD	<i>National Geographic Channel HD pozostaje w gwarantowanych</i>
	nSport+	
	TVN Style SD	<i>TVN Style HD pozostaje w gwarantowanych</i>
	TVN Turbo SD	<i>TVN Turbo HD pozostaje w gwarantowanych</i>
	TVN 24 SD	<i>TVN 24 SD pozostaje w gwarantowanych</i>
	TVP Sport SD	<i>TVP Sport HD pozostaje w gwarantowanych</i>
	Ale Kino+ SD	
	Ale Kino+ HD	
	Fox Comedy SD	<i>Fox Comedy HD pozostaje w gwarantowanych</i>
	Playboy	
	Polsat News SD	<i>Dodanie do gwarantowanych programu Polsat News HD</i>
TeleToon+ SD		
TeleToon+ HD		
Premium HBO	HBO SD	HBO HD
	HBO2 SD	HBO2 HD
	HBO Comedy SD	HBO Comedy HD
Premium Cinemax	Cinemax SD	<i>Cinemax HD pozostaje w gwarantowanych</i>
	Cinemax 2 SD	<i>Cinemax 2 HD pozostaje w gwarantowanych</i>
Premium Sport na Ostro	Polsat Sport Extra SD	<i>Polsat Sport Extra HD pozostaje w gwarantowanych</i>
	Eurosport 2 SD	<i>Eurosport 2 HD pozostaje w gwarantowanych</i>

Według stanu na dzień 16 sierpnia 2018 r. Spółka całkowicie zaprzestała nadawania dwóch spośród kanałów przesuniętych z kategorii programów gwarantowanych do kategorii programów niegwarantowanych: Orange Sport - z dniem 31 grudnia 2016 r., z powodu wypowiedzenia Spółce umowy przez nadawcę ze względu na zaprzestanie nadawania programu spowodowane [\*\*\*] oraz Playboy - z dniem 30 września 2017 r., z uwagi na [\*\*\*]. Część kanałów została również wyłączona w wersji SD z dniem 15 września 2015 r., tj. Minimini+ oraz Teletoon+. W przypadku ww. modyfikacji większość konsumentów miała możliwość uzyskania dostępu do ww. kanałów w wersji HD. W przypadku jednak [\*\*\*] sieci ograniczenia techniczne uniemożliwiły uruchomienie telewizji cyfrowej. Liczba konsumentów, którym wyłączono Minimini+ i Teletoon+ wyniosła [\*\*\*]. Ponadto z dniem 17 października 2017 r. Spółka zaprzestała nadawania programów Teletoon+ i Ale kino+ w standardzie SD, zaś z dniem 17 kwietnia 2018 r. programów Minimini+ i nsport+ w standardzie SD przy równoczesnym pozostawieniu wersji HD kanałów Teletoon+, Ale kino+, Minimini+ i nsport+ i Disney XD w ofercie Spółki, w tych samych pakietach, w których dostępne były wersje SD.

**Dowód:** karty nr 11-59 - pisma Spółki informujące abonentów o treści wprowadzonych zmian, karty nr 64-66 - wykaz programów telewizji cyfrowej, karty nr 73-87 - pismo Spółki z dnia 6 listopada 2015 r., karta nr 73 - pismo Spółki z dnia 6 listopada 2015 r., karta nr 82 - pismo Spółki z dnia 6 listopada 2015 r., karty nr 145-184 - pisma Spółki informujące abonentów o treści wprowadzonych zmian, karty nr 189-233 - pisma Spółki informujące abonentów o treści wprowadzonych zmian wraz z przypisaniem im oznaczenia konkretnego rodzaju listu, karty nr 244-248 - pismo Spółki z dnia 18 kwietnia 2016 r., karty nr 250-265 - informacje o zmianach w zakresie pakietów Premium, karty nr 266-268 - wykaz programów telewizji cyfrowej obowiązujący do dnia 31 lipca 2015 r., karty nr 269-271 - wykaz programów telewizji cyfrowej wchodzący w życie od 25 czerwca 2015 r. dla umów zawieranych od dnia 25 czerwca 2015 r. i od dnia 1 sierpnia 2015 r. dla umów zawartych do dnia 24 czerwca 2015 r., karty nr 272-273 - wykaz programów telewizji cyfrowej wchodzący w życie od dnia 1 sierpnia 2015 r., karta nr 376 i 389 - pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2017 r., karta nr 522 - pismo Spółki z dnia 16 sierpnia 2018 r., pismo Spółki z 15 października 2019 r.

Rozróżnienie na programy gwarantowane i programy niegwarantowane ma o tyle istotne znaczenie, że zmiana lub wycofanie programu gwarantowanego, w przeciwieństwie do zmiany lub wycofania programu niegwarantowanego, są traktowane przez Spółkę jako zmiana warunków umowy, która wiąże się dla Spółki z określonymi obowiązkami informacyjnymi (art. 60a ustawy z dnia z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne, Dz. U. z 2018 r., poz. 1954 ze zm.<sup>5</sup>), zaś dla abonenta będącego konsumentem - z możliwością bezkosztowego wypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji zmian.

**Dowód:** karta nr 92 - Regulamin Szczegółowy Świadczenia Usługi Telewizji przez Vectra S.A., , karta nr 131 - Ogólne Warunki Umowy.

We wstępie listów informujących konsumentów m.in. o zmianach opisanych w pkt I.1-2 rozstrzygnięcia decyzji Spółka wskazała: *Zmiany poniższe wynikają w szczególności z zaleceń otrzymanych od Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, mających na celu dostosowanie całości stosowanej przez VECTRA S.A. dokumentacji do obowiązujących obecnie przepisów prawa oraz obejmują zmiany niezależne od VECTRA S.A., wdrażane przez nadawców programowych.* Z powyższego wynika, że informując konsumentów o przyczynach wprowadzenia zmian, Spółka wskazała wprost na dwie okoliczności pozostające poza wpływem Spółki (zalecenia Prezesa Urzędu w związku ze zmianami stanu prawnego oraz działania podmiotów niezależnych od Spółki), pomijając zupełnie motywy najistotniejszych z punktu widzenia konsumentów zmian, tj. zmian w zakresie *essentialia negotii* umowy, które - jak wynika ze złożonych wyjaśnień - w znaczącym stopniu wynikały z suwerennych decyzji Spółki.

**Dowód:** karty nr 11-59 - pisma Spółki informujące abonentów o treści wprowadzonych zmian, karty nr 145-184 - pisma Spółki informujące abonentów o treści wprowadzonych zmian, karty nr 189-233 - pisma Spółki informujące abonentów o treści wprowadzonych zmian wraz z przypisaniem im oznaczenia konkretnego rodzaju listu.

---

<sup>5</sup> Brzmienie art. 60a ustawy Prawo telekomunikacyjne uległo zmianie w trakcie trwania niniejszego postępowania. W ocenie Prezesa Urzędu ani art. 60a przed nowelizacją, ani po nowelizacji nie zawiera jednak materialnych podstaw dokonania zmian. Jednocześnie przedmiotem postępowania nie jest tryb, w jakim modyfikacje warunków umów zostały wprowadzone. W konsekwencji zmiany legislacyjne wprowadzone w ww. przepisie nie są zatem przedmiotem analizy.

W złożonych wyjaśnieniach wśród przyczyn wprowadzenia powyższych zmian, w tym wzrostu cen za usługi dostępu do Internetu oraz dostępu do programów telewizyjnych, a także zmian w zakresie programów gwarantowanych i programów niegwarantowanych, Spółka wymieniła:

[\*\*\*].

Spółka wśród okoliczności dokonania zmian wymieniła również wejście w życie *Aneksu Nr 1 do umowy licencyjnej na reemitowanie programów Canal+* [\*\*\*].

**Dowód:** karta nr 82 - pismo Spółki z dnia 6 listopada 2015 r., karta nr 243 - pismo Spółki z dnia 18 kwietnia 2016 r., karty nr 332-340 - umowa licencyjna na reemitowanie programów Canal +, karta nr 348 - aneks nr 1 do umowy licencyjnej na reemitowanie programów Canal + [\*\*\*].

Tymczasem zmiana przez Przedsiębiorcę warunków umów w zakresie ceny usługi i zawartości programowej nie była przedmiotem ustaleń z Prezesem Urzędu. Ponadto, zgodnie z wyjaśnieniami przekazanymi przez Spółkę, wzrost opłat w stosunku do znacznej części konsumentów wynikał nie ze zmian niezależnych od Spółki, ale - jak wskazano wyżej [\*\*\*].

**Dowód:** karta nr 82- pismo Spółki z dnia 6 listopada 2015 r.

Co więcej, zmianami niezależnymi od Vectra S.A., wdrażanymi przez nadawców programowych - wbrew wyjaśnieniom Spółki - nie można tłumaczyć nawet zmian w zakresie wzrostu cen pakietów zawierających kanały z grupy kanałów Canal+ w związku z wejściem w życie *Aneksu Nr 1 do umowy licencyjnej na reemitowanie programów Canal+* [\*\*\*]<sup>6</sup> (abstrahując w tym momencie od zagadnienia, czy tego rodzaju zmiany można uznać za niezależne od przedsiębiorcy).

Zgodnie bowiem z [\*\*\*].

[\*\*\*]

**Dowód:** karta nr 332-340 - umowa licencyjna na reemitowanie programów Canal +, karta nr 346 verte - [\*\*\*], karta nr 348 - aneks nr 1 do umowy licencyjnej na reemitowanie programów Canal + [\*\*\*].

[\*\*\*]<sup>7</sup>

**Dowód:** Dowód: karta nr 332-340 - [\*\*\*] karty nr 350A-351 - [\*\*\*].

Jako podstawy prawne dla wprowadzenia zmian Spółka wymieniła:

a) w zakresie podstaw materialnych: art. 353 § 1 Kodeksu cywilnego, art. 60a, art. 61 ust. 1 i 2, art. 57 ust 6, art. 61a (*a contrario*) ustawy Prawo telekomunikacyjne;

b) w zakresie podstaw formalnych: art. 60a ust. 1, 1b, 2 i 3 oraz art. 61 ust. 5 ustawy Prawo telekomunikacyjne,

jednocześnie zaznaczając, że kwestie dopuszczalności zmiany wysokości ceny oraz zmian odnośnie do zawartości programowej pakietów zostały określone postanowieniami

<sup>6</sup> [\*\*\*].

<sup>7</sup> Na marginesie wskazać jednak należy, że powyższe obliczenia mają służyć jedynie do weryfikacji wyjaśnień Spółki co do powodów zastosowania danej praktyki, a nie zaś wskazania przesłanek dla skorzystania z możliwości jednostronnej modyfikacji umów w zakresie ceny. Spółka nie wskazała bowiem takiej okoliczności w klauzuli modyfikacyjnej.

stosowanych przez Spółkę wzorców umownych, w oparciu o które zawarte zostały zmieniane umowy.

**Dowód:** karta nr 82 - pismo Spółki z dnia 6 listopada 2015 r., karta nr 376 - pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2017 r.

Postanowienia stosowanych przez Spółkę wzorców odnoszące się do jednostronnych zmian warunków umowy przedstawiono poniżej:

- *Dostawcy Usług przysługuje prawo zmiany Warunków Umowy, w tym wysokości opłat określonych w Warunkach Umowy. Abonentowi przysługuje prawo do odmowy przyjęcia zmian poprzez złożenie wypowiedzenia Umowy w trybie zgodnym z art. 60a Prawa Telekomunikacyjnego oraz z pkt. 25-28 Umowy. (pkt 10<sup>8</sup> Ogólnych Warunków Umowy, dalej: „OWU”);*
- *Tryb wprowadzenia proponowanych przez Dostawcę Usług zmian Warunków Umowy określają pkt. 25-28 Umowy oraz art.60a Prawa Telekomunikacyjnego. (pkt 11<sup>9</sup> OWU);*
- *W przypadku zmiany Warunków Umowy, Abonentowi przysługuje prawo rozwiązania Umowy za wypowiedzeniem, skutecznym na dzień wejścia w życie zmian. W razie skorzystania przez Abonenta z tego prawa w przypadku braku akceptacji zmiany Warunków Umowy Dostawcy Usług nie przysługuje zwrot ulgi, o której mowa w art. 57 ust. 6 Prawa Telekomunikacyjnego, za wyjątkiem przypadków, jeżeli konieczność wprowadzenia zmian wynika bezpośrednio ze zmiany przepisów prawa albo z usunięcia niedozwolonych postanowień umownych, lub wynika z decyzji Prezesa UKE, o której mowa w art. 63 ust. 2a Prawa Telekomunikacyjnego. (pkt 12 OWU);<sup>10</sup>*
- *Dostawcy Usług przysługuje prawo do zmiany wysokości opłat, w tym Opłaty Abonamentowej, Opłaty Powiązanej i innych opłat określonych w Cenniku. (pkt 10.7 Regulaminu Świadczenia Usług przez Vectra S.A., dalej: „RŚU”);<sup>11</sup>*
- *Dostawcy Usług przysługuje prawo do modyfikacji zakresu Usługi Telewizji, na którą została zawarta Umowa przez: a. wprowadzenie nowego programu, b. zastępowanie programów przez inne programy, w miarę możliwości o podobnym charakterze. Taka modyfikacja może nastąpić z ważnych przyczyn. Za ważną przyczynę uważa się w szczególności: - zaprzestanie nadawania programu przez nadawcę, - rozwiązanie lub wygaśnięcie umowy zawartej pomiędzy Dostawcą Usług a nadawcą, - niemożność rozprowadzania programu ze względów technicznych, ekonomicznych, organizacyjnych lub prawnych. (pkt 4.1 Regulaminu Szczegółowego Świadczenia Usługi Telewizji przez Vectra S.A., dalej: „RSŚUT”);<sup>12</sup>*
- *Dostawcy Usług przysługuje prawo do zaprzestania rozprowadzania lub innej modyfikacji programów, których rozprowadzanie nie jest gwarantowane w ramach Usługi Telewizji, co nie stanowi zmiany Umowy i podstawy do rozwiązania Umowy. (pkt 4.9 RSŚUT)<sup>13</sup>*

<sup>8</sup> Wg brzmienia sprzed 1 sierpnia 2015 r.

<sup>9</sup> Wg brzmienia sprzed 1 sierpnia 2015 r.

<sup>10</sup> Wg brzmienia sprzed 1 sierpnia 2015 r.

<sup>11</sup> Wg brzmienia sprzed 1 sierpnia 2015 r.

<sup>12</sup> Wg brzmienia sprzed 1 sierpnia 2015 r.

<sup>13</sup> Wg brzmienia sprzed 1 sierpnia 2015 r.

- *Dostawcy Usług przysługuje prawo do nieodpłatnego zwiększenia prędkości Usługi lub udostępnienie Usług Dodatkowych do Usługi Internetu w okresach promocyjnych i testowych. Zarówno udostępnienie jak i późniejsze wyłączenie tych Usług dodatkowych nie stanowi zmiany Umowy. Nie wymaga też wcześniejszego powiadomienia Abonenta. (pkt 3.5 Regulaminu Szczegółowego Świadczenia Usługi Dostępu do Internetu przez Vectra S.A.)<sup>14</sup>*

**Dowód:** karta nr 91 - Regulamin Szczegółowy Świadczenia Usługi Dostępu do Internetu przez Vectra S.A., karta nr 92 - Regulamin Szczegółowy Świadczenia Usługi Telewizji przez Vectra S.A., karta nr 128 - Regulamin Świadczenia Usług przez Vectra S.A., karta nr 131 - Ogólne Warunki Umowy.

W korespondencji zawiadamiającej o wprowadzanych zmianach Spółka informowała abonentów o przysługującym prawie wypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji ww. zmian oraz, w razie jej wypowiedzenia przez konsumenta, o nieprzysługiwaniu Spółce z tego tytułu roszczeń odszkodowawczych bądź roszczeń o zwrot ulgi. Zgodnie ze stanowiskiem Spółki wszystkie wypowiedzenia doręczone Spółce od dnia następującego po wysyłce pierwszej partii komunikacji o zmianach w dokumentacji abonenckiej do dnia 31 lipca 2015 r. były uznawane przez nią za wypowiedzenia skutkujące rozwiązaniem umowy z uwagi na brak akceptacji zmian wprowadzanych od dnia 1 sierpnia 2015 r. Według oświadczenia Spółki powyższe implikuje wniosek, iż żaden konsument, który złożył skuteczne oświadczenie o wypowiedzeniu umowy oraz dostarczył ww. oświadczenie do dnia 31 lipca 2015 r. nie został obciążony obowiązkiem zwrotu kwoty ulgi, o której mowa w art. 57 ust. 6 ustawy Prawo telekomunikacyjne.

**Dowód:** karty nr 521-522 - pismo Spółki z dnia 16 sierpnia 2018 r.

**Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy, Prezes UOKiK zważył, co następuje:**

### **Naruszenie interesu publicznego**

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie interesów poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W opinii Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, gdyż wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub są kontrahentami Przedsiębiorcy oraz - w zakresie praktyk określonych w pkt I.1. i I.2. rozstrzygnięcia decyzji - których warunki umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez Spółkę uległy lub uległyby zmianie w sytuacji niewypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji zmiany nie później niż do dnia 1 sierpnia 2015 r. W zakresie praktyki określonej w pkt I.3. zaś konsumentów, którzy będąc stronami umów o świadczenie usług przez Spółkę, zostali poinformowani o przyczynach wprowadzenia zmian warunków umowy, w tym wzrostu opłat abonamentowych w zakresie usługi telewizji oraz dostępu do

<sup>14</sup> Wg brzmienia sprzed 1 sierpnia 2015 r.



Internetu, a także zmian programowych w zakresie usługi telewizji w sposób określony w pkt I.3.

### **Uprawdopodobnienie stosowania przez Vectra S.A. praktyki naruszającej 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 będących podstawą wszczęcia postępowania – że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 uokik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

Istota decyzji zobowiązującej polega na zawarciu quasi-porozumienia pomiędzy Prezesem UOKiK a przedsiębiorcą<sup>15</sup>. W doktrynie podkreśla się, że decyzja zobowiązująca stanowi jeden z najbardziej skutecznych mechanizmów będących w dyspozycji Prezesa UOKiK, których celem jest doprowadzenie działań przedsiębiorców do stanu zgodności z prawem ochrony konkurencji i konsumentów. Przyczyną wysokiej skuteczności procedury zobowiązującej jest przede wszystkim proporcjonalne rozłożenie obciążeń i korzyści po obu stronach tej relacji administracyjno-prawnej. Każda ze stron, tj. Prezes UOKiK i przedsiębiorca wnosi swoisty „wkład” w doprowadzenie do stanu zgodności z prawem, poświęcając z reguły pewne wartości, a w zamian zyskując inne, przy czym ostatecznie zyskuje konsument, którego interes podlega szczególnej ochronie<sup>16</sup>.

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

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

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast art. 24 ust. 2 uokik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy. Dla uznania działania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy zatem wykazać, że spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

<sup>15</sup> D. Miąsik (w:) T. Skoczny (red.), Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz, Warszawa 2009 r., s. 1048.

<sup>16</sup> J. Sroczyński, Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów: decyzja zobowiązująca (uwagi praktyczne oraz de lege ferenda), IKAR 1/2012, s.99.

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

Do dnia 17 kwietnia 2016 r., to jest do czasu zmiany brzmienia art. 24 uokik będącej następstwem wejścia w życie ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r., poz. 1634), praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów zdefiniowana była jako godzące w ww. interesy bezprawne działanie przedsiębiorcy. W niniejszej sprawie bezprawność działania przedsiębiorcy polega na sprzeczności jego zachowania z prawem, to jest przepisami zawartymi w odrębnych aktach normatywnych. Wskazana zmiana brzmienia art. 24 uokik pozostaje zatem bez wpływu na ocenę praktyk zakwestionowanych w niniejszym postępowaniu. Niezbędna do uznania za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów przesłanka sprzeczności z prawem nie uległa bowiem zmianie w wyniku ww. nowelizacji ustawy.

### **Status przedsiębiorcy**

W myśl art. 4 ust. 1 usdg<sup>17</sup>, przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Właściwą dla przedsiębiorcy działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły (art. 2 usdg). Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy Gdańsk - Północ w Gdańsku, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000089460. Przedmiotem działalności Spółki jest m.in działalność w zakresie telekomunikacji przewodowej oraz nadawania programów telewizyjnych ogólnodostępnych i abonamentowych. Działalność telekomunikacyjna jest działalnością regulowaną i podlega wpisowi do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Spółka jest wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych pod nr 5568. Spółka prowadzi we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług telekomunikacyjnych na obszarze całego kraju. Nie ulega zatem wątpliwości, że posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 1 uokik oraz art. 4 ust. 1 usdg. Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

### **Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami**

Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sankcjonowane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Sprzeczność z prawem

<sup>17</sup> Stosowanego na podstawie art. 4 ust. 1 uokik w zw. z art. 196 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Przepisy wprowadzające ustawę - Prawo przedsiębiorców oraz inne ustawy dotyczące działalności gospodarczej (Dz.U. z 2018 r. poz. 650).

działania lub zaniechania przedsiębiorcy jest ujmowana jako zachowanie niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa stanowionego. Dobre obyczaje natomiast pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów prawa stanowionego lub dobrych obyczajów jest jednocześnie wyrazem naruszenia obowiązującego porządku prawnego, który obejmuje zarówno nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, jak i nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów<sup>18</sup>. Rozważenia przy ocenie możliwości przypisania przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga zatem kwestia, czy jego zachowanie było zgodne czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego.

Jako działania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca wskazuje w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik). Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, która jednocześnie godzi w zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu będzie uprawdopodobnienie w ustalonym stanie faktycznym bezprawności działania przedsiębiorcy polegającego na naruszeniu zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych określonego w art. 3 upnpr poprzez stosowanie praktyk określonych w art. 4 ust. 1 upnpr (w odniesieniu do praktyk określonych w pkt I.1 i I.2 rozstrzygnięcia decyzji) oraz poprzez stosowanie praktyki określonej w art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr (w odniesieniu do praktyk określonych w pkt I.3 rozstrzygnięcia decyzji).

Definicję nieuczciwej praktyki rynkowej zawiera ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Zgodnie z art. 4 ust. 1 upnpr stosowana przez przedsiębiorcę względem konsumentów praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Z kolei art. 4 ust. 2 upnpr stanowi, że 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. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przestank określonych w ust. 1.

Zgodnie z definicją zawartą w art. 2 ust. 4 upnpr przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Produktem w rozumieniu art. 2 ust. 3 upnpr jest każdy towar lub usługa, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych. W analizowanym przypadku przez produkt należy rozumieć usługi objęte umową i wynikające z niej prawo konsumenta do korzystania z tych usług przez czas w niej wskazany (tj. nieoznaczony lub nieoznaczony z zastrzeżeniem okresu zobowiązania) na warunkach w niej określonych.

<sup>18</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07.

## Model przeciętnego konsumenta

Przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nakazują ocenę zachowania przedsiębiorcy w odniesieniu do przeciętnego konsumenta. Aby móc uznać daną praktykę rynkową za nieuczciwą w rozumieniu art. 4 upnpr, konieczne jest więc ustalenie modelu przeciętnego konsumenta. Zgodnie z art. 2 pkt 8 upnpr przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonywać się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez 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 czy umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta dokonywana jest ocena „nieuczciwości” praktyki rynkowej stosowanej przez przedsiębiorcę.

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

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. W świetle orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej, poziom percepcji i uwagi konsumenta różni się w zależności od tego, jakiego produktu dotyczy praktyka rynkowa oraz w jakich okolicznościach produkt ten jest nabywany.

W przedmiotowej sprawie brak jest przesłanek aby stwierdzić, że zakwestionowane przez Prezesa Urzędu działania skierowane były do szczególnej grupy konsumentów. Stronami umów o świadczenie przez Spółkę usług telekomunikacyjnych są osoby w różnym wieku, o zróżnicowanym wykształceniu i dochodach oraz o różnym stopniu świadomości otaczającej ich rzeczywistości rynkowej, wobec czego konstrukcję modelu przeciętnego konsumenta należy stworzyć bez odwoływania się do przynależności adresatów praktyk do szczególnej grupy konsumentów. Tak zdefiniowany przeciętny konsument ma prawo zakładać, że działanie Spółki jako profesjonalisty będzie charakteryzować się uczciwością i rzetelnością a przede wszystkim, że Spółka nie będzie dopuszczać się wobec konsumentów działań sprzecznych z postanowieniami wiążących ich umów, przepisami prawa powszechnie obowiązującego oraz dobrymi obyczajami, wprowadzając ewentualne zmiany w treści wiążących ją z konsumentami stosunków prawnych w sytuacjach dla konsumenta przewidywalnych, tj. na podstawie i w granicach należycie sformułowanych klauzul modyfikacyjnych zamieszczonych w treści umów. Konsument, działając w dobrej wierze, mają prawo sądzić, że Vectra jest podmiotem wiarygodnym,

a podejmowane przez nią decyzje biznesowe, mimo oczywistego nastawienia na generowanie zysku oraz niwelowanie ryzyka potencjalnych strat, nie będą oddziaływać na ich prawa w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami. Z tego względu konsumenci-abonenci Vectry, którzy otrzymali informację o zmianie warunków umowy z dniem 1 sierpnia 2015 r. mieli uzasadnione podstawy do przypuszczenia, że działania przedsiębiorcy dotyczące zmiany warunków świadczenia usług w zakresie ceny oraz zasad świadczenia usługi telewizyjnej były prawnie dozwolone i mieściły się w ramach łączącej strony umowy, a wskazane przez Spółkę powody przeprowadzenia zmian odpowiadały rzeczywistości i były obiektywnie uzasadnione.

### **Uprawdopodobnienie sprzeczności z prawem praktyk określonych w pkt I.1 oraz I.2 rozstrzygnięcia decyzji**

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

### **Uprawdopodobnienie sprzeczności z dobrymi obyczajami zachowań Spółki określonych w pkt I.1. oraz I.2. rozstrzygnięcia decyzji**

Pojęcie dobrych obyczajów jest klauzulą generalną, nieposiadającą definicji normatywnej. Zgodnie z poglądem reprezentowanym przez doktrynę i orzecznictwo, klauzule generalne to przepisy prawne, w których nie są dokładnie sprecyzowane wszystkie elementy składające się na hipotezę czy dyspozycję normy prawnej, a ocena konkretnego stanu faktycznego zostaje przerzucona na podmiot stosujący prawo. Istotą i funkcją klauzul generalnych w prawie cywilnym jest możliwość uwzględnienia w ocenie różnego rodzaju okoliczności faktycznych, które nie mogą w oderwaniu od konkretnego stanu faktycznego być - według jakiegoś schematu mającego walor bezwzględny - oceniane raz na zawsze i w sposób jednakowy<sup>19</sup>.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nie definiuje pojęcia dobrych obyczajów. Jest ono natomiast przedmiotem licznych opracowań doktryny oraz orzecznictwa. Wskazuje się, że w ujęciu etyczno-moralnym dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje, na których treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne stanowiące uzupełnienie porządku prawnego. Na gruncie takiego ujęcia za sprzeczne z dobrymi obyczajami uznawane są m.in. działania wykorzystujące niewiedzę lub brak doświadczenia konsumenta, naruszające równorzędność stron umowy, zmierzające do dezinformacji i wywołania błędnego przekonania konsumenta, tj. takie działania, które potocznie określane są jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające „in minus” od standardów postępowania<sup>20</sup>. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w jednym z orzeczeń wskazał, że „istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko rozumiany szacunek

<sup>19</sup> Postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 29 marca 1979 r., III CRN 59/79.

<sup>20</sup> K. Pietrzykowski (red.), Kodeks cywilny. Komentarz, Warszawa 2002 r., str. 804.



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”<sup>21</sup>.

W orzecznictwie Sądu Najwyższego wskazuje się również, że „dobre obyczaje, o których stanowi art. 4 ust. 1 upnpr należy traktować jako normy moralne i zwyczajowe, jakimi przedsiębiorca powinien kierować się w swojej działalności gospodarczej. (...). Przeciętny konsument może oczekiwać od przedsiębiorcy działania profesjonalnego, zgodnego z prawem i powszechnie stosowanymi standardami. Dobre obyczaje nakazują, aby w relacji z konsumentami przedsiębiorca, m.in. rzetelnie traktował konsumentów (...)”<sup>22</sup>.

Na gruncie przedmiotowej sprawy dobre obyczaje, do których przestrzegania w stosunkach z konsumentem zobowiązany jest przedsiębiorca, obejmują wymóg lojalności przedsiębiorcy wobec konsumenta, zakaz nadużywania posiadanej przewagi rynkowej, zakaz kształtowania stosunku prawnego w sposób umożliwiający jego dowolną modyfikację przez silniejszą stronę kontraktu. Wynika stąd wymóg niedokonywania w zawartych z konsumentami umowach jednostronnych zmian bez wyraźnej, uzasadnionej podstawy zawartej w przepisach prawa lub w treści umowy w formie prawidłowo sformułowanej klauzuli modyfikacyjnej. Nawet tak sformułowana klauzula nie powinna ingerować w zasadę *pacta sunt servanda*, umożliwiając Przedsiębiorcy jednostronną modyfikację takich elementów umowy jak cena czy charakter kanałów (gwarantowane/niegwarantowane), w szczególności w przypadku umów zawieranych na czas oznaczony. Za działania sprzeczne z dobrym obyczajem należy zatem uznać dokonywanie zmian warunków umowy pomimo braku klauzuli modyfikacyjnej lub w oparciu o blankietową klauzulę modyfikacyjną, bądź też zmiany znajdujące uzasadnienie w klauzuli modyfikacyjnej, ale godzące w istotę umowy.

W judykaturze przyjmuje się, że jednostronna zmiana umowy jest dopuszczalna tylko wówczas, gdy strony uprzednio wprowadziły do tej umowy klauzulę modyfikacyjną o odpowiednim stopniu przejrzystości i z góry sprecyzowały, co może stanowić „ważną przyczynę” dokonania zmiany<sup>23</sup>. Pozwala to przyjąć, że klauzula modyfikacyjna stanowi postanowienie umowne warunkujące możliwość wprowadzania do umów konsumenckich zmian zgodnie z przepisami prawa i z poszanowaniem interesów konsumentów. Klauzula taka powinna być w odpowiednim stopniu określona i skonkretyzowana, wskazując uzasadnione powody wprowadzania zmian i ich dopuszczalny zakres celem umożliwienia konsumentowi wcześniejszego przewidywania kształtu stosunku prawnego nawiązanego przez zawarcie umowy. Musi ona wymieniać sytuacje uprawniające przedsiębiorcę do modyfikacji treści stosunku prawnego łączącego go z konsumentem, realizując przy tym wymóg ukształtowania ich w sposób na tyle precyzyjny, by niemożliwe było dowolne jednostronne modyfikowanie przez przedsiębiorcę warunków umowy przy wykorzystaniu postanowień nieostrych i blankietowych. Jednocześnie klauzula nie może być nazbyt kazuistyczna. Tak ukształtowana, należycie przejrzysta klauzula modyfikacyjna nie powinna przy tym prowadzić do jednostronnych modyfikacji przez przedsiębiorcę stosunku

<sup>21</sup> Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 lutego 2006 r., XVII Ama 118/04.

<sup>22</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 kwietnia 2015 r., III SK 24/14.

<sup>23</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 20 czerwca 2018 r., III CZP 29/17.

prawnego łączącego go z konsumentem w zakresie elementów przedmiotowo istotnych kreujących ów stosunek umowy, chyba że konieczność wprowadzenia takiej zmiany wynika z okoliczności niezależnych od przedsiębiorcy.

Powyższe stanowisko znajduje oparcie w prawie krajowym, zgodnie z którym jednostronna zmiana umowy zawartej z konsumentem jest dopuszczalna wyłącznie w przypadku wskazania w jej treści ważnego powodu uzasadniającego taką zmianę (por. art. 385<sup>3</sup> pkt 10 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny [Dz.U. z 2018 r., poz. 1025 ze zm., dalej także jako: „kc”.]).

Stosownie do art. 385<sup>1</sup> § 1 kc postanowienia umowy zawieranej z konsumentem niezgodnione indywidualnie nie wiążą go, jeżeli kształtują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy. W art. 385<sup>3</sup> pkt 10 kc ustawodawca stwierdził, że w razie wątpliwości uważa się, że niedozwolonymi klauzulami umownymi są w szczególności te, które uprawniają kontrahenta konsumenta do jednostronnej zmiany umowy bez ważnej przyczyny wskazanej w tej umowie. Przywołane postanowienia kc, wprowadzone do treści ustawy w wykonaniu obowiązku implementacji Dyrektywy Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993 r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich (Dz.Urz.U.E.L. Nr 95, str. 29, dalej także jako: „Dyrektywa”), oznaczają dopuszczalność jednostronnej modyfikacji przez przedsiębiorcę zawartych z konsumentami umów wyłącznie w przypadku zamieszczenia w tych umowach klauzuli wskazującej na uzasadniony powód do wprowadzania takich zmian. Klauzula taka powinna zarazem spełniać wymogi precyzyjności i przejrzystości celem umożliwienia konsumentowi zdekodowania na jej podstawie własnej sytuacji prawnej przy zapewnieniu przewidywalności łączącego go z przedsiębiorcą stosunku w zakresie podstaw jego zmiany.

Stanowisko to jest również ugruntowane w orzecznictwie sądów krajowych oraz w orzecznictwie Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej<sup>24</sup> rozpatrującego omawianą tematykę na gruncie Dyrektywy i załącznika do Dyrektywy, której implementację do krajowego porządku prawnego stanowi przywołany przepis kc. Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej także jako: „TSUE”) w wyroku z dnia 21 marca 2013 r. w sprawie o sygn. C-92/11 wskazał: „W odniesieniu do oceny warunku zezwalającego przedsiębiorcy na jednostronną zmianę kosztów świadczonych usług Trybunał wskazał już, że z art. 3 i 5, a także z pkt 1 lit. j) i l) oraz pkt 2 lit. b) i d) załącznika do dyrektywy 93/13 wynika, iż w tym celu zasadnicze znaczenie zyskuje kwestia, po pierwsze, czy umowa wskazuje w sposób przejrzysty powody i sposób zmiany opłat związanych ze świadczoną usługą, tak że konsument może przewidzieć, w oparciu o jasne i zrozumiałe kryteria, ewentualne zmiany tych opłat, a po drugie, czy konsumentom przysługuje uprawnienie do wypowiedzenia umowy na wypadek faktycznej zmiany owych opłat”<sup>25</sup>.

Tożsame stanowisko TSUE zajął w wyroku z dnia 26 kwietnia 2012 r. w sprawie o sygn. C-472/10, stwierdzając, że: „przy dokonywaniu oceny nieuczciwego charakteru w rozumieniu art. 3 dyrektywy zasadnicze znaczenie ma możliwość przewidzenia przez konsumenta,

<sup>24</sup> Por.: wyr. SN z 15 lutego 2013 r. I CSK 313/12, uchw. SN z 6 marca 1992 r., III CZP 141/91, wyr. SN z 5 kwietnia 2002 r., II CKN 933/99.

<sup>25</sup> Wyrok TSUE z dnia 21 marca 2013 r., sygn. akt C-92/11, pkt 49-55 w sprawie RWE Vertrieb AG v. Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.

w oparciu o jasne i zrozumiałe kryteria, zmian, jakie przedsiębiorca może wprowadzić do wzorca umowy w zakresie dotyczącym opłat związanych ze świadczoną usługą”<sup>26</sup>.

Z kolei Sąd Najwyższy w uchwale siedmiu sędziów z dnia 20 czerwca 2018 r. w sprawie o sygn. akt III CZP 29/17, odwołując się w kontekście problematyki klauzul modyfikacyjnych do treści art. 385<sup>1</sup> kc, przepisów Dyrektywy oraz orzecznictwa TSUE, wskazał, że zasadnicze znaczenie dla oceny klauzul modyfikacyjnych ma wymóg ich przejrzystości, z którym wiąże się w szczególności konieczność przejrzystego wskazania przyczyn uprawniających do zmiany i jej sposobu (mechanizmu) - tak aby konsument miał możliwość przewidzenia - na podstawie jasnych i zrozumiałych kryteriów - zmian, jakie może wprowadzić przedsiębiorca lub ich konsekwencji ekonomicznych (por. str. 16 uchwały).

W wyroku z dnia 15 lutego 2019 r., sygn. akt I NSK 4/18 Sąd Najwyższy potwierdził słuszność dotychczasowej linii orzeczniczej, uznając, że przedsiębiorca nie jest uprawniony do zmiany treści umowy zawartej z konsumentem w sposób dowolny, a zawarta w umowie klauzula modyfikacyjna powinna wskazywać na okoliczności uprawniające przedsiębiorcę do zmiany jej treści. Za niedopuszczalne zdaniem sądu należy uznać klauzule modyfikacyjne blankietowe lub zbyt ogólne, odnoszące się np. wyłącznie do „ważnych powodów” jako okoliczności uprawniających dokonanie zmian.

W ocenie Prezesa UOKiK, w przypadku praktyk Spółki opisanych w pkt I.1 i I.2 rozstrzygnięcia decyzji naruszenie dobrych obyczajów polega więc na dokonaniu jednostronnej zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w zakresie istotnego elementu umowy, tj. ceny usługi lub też zakresu usługi telewizyjnej w ten sposób, że programy gwarantowane: MiniMini+, Orange Sport, Disney XD, MiniMini+ HD, nSport+, Ale Kino+, Ale Kino+ HD, Playboy, TeleToon+ oraz TeleToon+ HD stały się z kanałów gwarantowanych kanałami niegwarantowanymi, pomimo niewskazania w umowie materialnych podstaw dokonania ww. zmian (tj. pomimo braku w umowie odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej). Przedsiębiorca zobowiązany jest bowiem, co wynika z zasady *pacta sunt servanda*, do świadczenia usług na warunkach wskazanych w umowie, a wszelkie możliwe do zaistnienia w okresie obowiązywania umowy jednostronne modyfikacje jej warunków powinny zostać określone w postanowieniach umownych. Dopiero ziszczenie się określonej przestanki wskazanej w klauzuli modyfikacyjnej zezwalałoby przedsiębiorcy na dokonanie zmian w zawartym kontrakcie. Jednocześnie klauzule modyfikacyjne powinny określać ww. okoliczności w sposób na tyle precyzyjny, aby konsument - zawierając umowę o świadczenie usługi telekomunikacyjnej - mógł przewidzieć, w jakich okolicznościach możliwa jest zmiana warunków wykonywanej umowy, oraz nie powinny umożliwiać przedsiębiorcy wprowadzenia zmian sprzecznych z istotą umowy.

Spółka w umowach o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawarła ogólne uprawnienie przyznające jej możliwość zmiany warunków umowy, w tym wysokości opłat (pkt 10 OWU oraz pkt 10.7 RŚU, por. str. 22 decyzji), jednak - z uwagi na ich blankietowy charakter - klauzule te nie mogą być traktowane jako wystarczająca podstawa do przeprowadzenia przez Spółkę takich jednostronnych zmian. We wzorcach umownych wykorzystywanych przez Vectrę określono bowiem jedynie tryb dokonywania zmian bądź wskazano w sposób ogólny bliżej niesprecyzowane uprawnienie dostawcy do zmian postanowień umownych,

<sup>26</sup> Wyrok TSUE z dnia 26 kwietnia 2012 r., sygn. akt. C-472/10, pkt. 28 w sprawie Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság v. Invitel Távközlési Zrt.

nie wskazując przy tym żadnych materialnych kryteriów ich dokonywania ani też sytuacji, w których ich dokonanie byłoby dopuszczalne. Tak skonstruowane klauzule nie mogą być uznane za prawidłowe klauzule modyfikacyjne.

Zgodnie z pierwszą spośród stosowanych przez Spółkę klauzul uregulowaną w pkt. 10<sup>6</sup> Ogólnych Warunków Umowy „Dostawcy Usług przysługuje prawo zmiany Warunków Umowy, w tym wysokości opłat określonych w Warunkach Umowy. Abonentowi przysługuje prawo do odmowy przyjęcia zmian poprzez złożenie wypowiedzenia Umowy w trybie zgodnym z art. 60a Prawa Telekomunikacyjnego oraz z pkt. 25-28 Umowy”. Klauzula ta przyznaje więc Przedsiębiorcy uprawnienie do zmiany warunków umowy, zakreślając jego zakres w sposób maksymalny i w zasadzie nieograniczony, pozwalając na jednostronne wprowadzanie do treści obowiązujących umów dowolnych zmian bez konieczności uwzględnienia stanowiska konsumenta ani uzasadniania przez Przedsiębiorcę słuszności bądź konieczności narzucanych modyfikacji stosunku prawnego. Klauzula nie określa w szczególności przyczyn warunkujących dopuszczalność wprowadzenia zmian, nie zawiera również wymogu, aby przyczyny były istotne (abstrahujący w tym momencie od oceny klauzuli zawierającej jedynie taki wymóg). Dysponując tak szeroko sformułowaniem postanowieniem, Przedsiębiorca może, korzystając z dysproporcji relacji profesjonalista-konsument, narzucić kontrahentowi każdą wybraną przez siebie zmianę, nie będąc związanym istnieniem uzasadnionej przyczyny. Takie działanie przedsiębiorcy należy uznać za nielojalne. Skutkiem tak sformułowanej klauzuli jest brak po stronie przedsiębiorcy obowiązku wykazywania zasadności wprowadzanych zmian i rażąca dysproporcja uprawnień stron stosunku prawnego, z których jedna może dowolnie i jednostronnie modyfikować treść stosunku, a druga dysponuje w tym zakresie wyłącznie prawem do wypowiedzenia umowy i tym samym rezygnacji z usług określonych przy zawieraniu zobowiązania.

Z kolei druga z przywoływanych przez Spółkę klauzul mających uzasadniać modyfikację stosunków umownych, która ujęta została w pkt 10.7 Regulaminu Świadczenia Usług przez Vectrę, stanowi, że „Dostawcy Usług przysługuje prawo do zmiany wysokości opłat, w tym Opłaty Abonamentowej, Opłaty Powiązanej i innych opłat określonych w Cenniku”. Analiza w tym zakresie treści Regulaminu Świadczenia Usług przez Vectra S.A. uzasadnia wniosek, że statuuje on przywołanym postanowieniem prawo Przedsiębiorcy do nieograniczonego, jednostronnego zmieniania umów łączących go z konsumentami w zakresie ich cen, bez uzależnienia tego prawa od uzasadnionych powodów wymienionych w treści umów. Klauzula umożliwia przy tym Przedsiębiorcy dowolną modyfikację *essentialia negotii* umowy w postaci naliczanej konsumentowi ceny, nie tylko w odniesieniu do wyraźnie oznaczonych w niej opłat (opłata abonamentowa i opłata powiązana), ale również w stosunku do „innych opłat określonych w Cenniku”, umożliwiając tym samym dowolną modyfikację wszystkich naliczanych konsumentowi opłat, bez precyzyjnego wymienienia ich kategorii.

Podobnie ocenić należy także trzecie ze stosowanych przez Przedsiębiorcę postanowień uregulowane w pkt 4.1. Regulaminu Szczegółowego Świadczenia Usługi Telewizji przez Vectra S.A., zgodnie z którym „Dostawcy Usług przysługuje prawo do modyfikacji zakresu Usługi Telewizji, na którą została zawarta Umowa przez: a. wprowadzenie nowego programu, b. zastępowanie programów przez inne programy, w miarę możliwości o podobnym charakterze. Taka modyfikacja może nastąpić z ważnych przyczyn. Za ważną przyczynę uważa się w szczególności: - zaprzestanie nadawania programu przez nadawcę, -

rozwiązanie lub wygaśnięcie umowy zawartej pomiędzy Dostawcą Usług, a nadawcą, - niemożność rozprowadzania programu ze względów technicznych, ekonomicznych, organizacyjnych lub prawnych”. Co prawda, wskazuje ono powody jednostronnych zmian zawartych przez Przedsiębiorcę z konsumentami umów, jednak żaden z określonych w niej sposobów modyfikacji stosunku prawnego nie koresponduje z wprowadzonymi przez Spółkę zmianami programowymi. Jak zostało wskazane w części odnoszącej się do ustaleń faktycznych, praktyka Przedsiębiorcy polegała na jednostronnej zmianie kwalifikacji grupy programów z programów gwarantowanych na programy niegwarantowane. Żaden jednak spośród tych programów nie został w dacie objętej postępowaniem zastąpiony na liście programów gwarantowanych innym programem o podobnym charakterze. W ocenie Prezesa Urzędu literalne brzmienie omawianej klauzuli nie odnosi się do zmian umowy polegających na zmianie charakteru oferowanego kanału telewizyjnego poprzez zmianę jego kategorii z gwarantowanego na niegwarantowany.

Brak również uzasadnienia dla uznania, że przesunięcie przez Spółkę grupy programów z jednej kategorii do drugiej nastąpiło z ważnych przyczyn. Powody modyfikacji oferty programowej nie są przy tym ograniczone i skonkretyzowane: Przedsiębiorca zastrzega, że modyfikacja nastąpić może z „ważnych przyczyn”, nie wskazując kryteriów uznania przyczyny za „ważną”, a zamiast tego poprzestając na przykładowym wyliczeniu okoliczności upoważniających go do ww. modyfikacji. Również okoliczności wymienione w treści klauzuli jako uzasadniające jednostronną zmianę warunków umowy mogą budzić wątpliwości ze względu na ogólne sformułowania („względy techniczne, ekonomiczne, organizacyjne lub prawne”) oraz wpływ Spółki na kształt stosunku umownego z nadawcą (np. w kontekście rozwiązania umowy). Wprowadzenie do klauzuli niedomkniętego katalogu przyczyn prowadzi więc do wniosku, że w istocie Przedsiębiorca zastrzega sobie nieograniczone prawo jednostronnego modyfikowania umów w zakresie ich elementów istotnych (skład i treść programów) bez ograniczenia swoich uprawnień w sposób umożliwiający konsumentowi weryfikację zasadności podejmowanych przez Przedsiębiorcę decyzji, co z kolei uzasadnia kwalifikację postanowienia jako blankietowego i niedookreślonego<sup>27</sup>.

Niezależnie przy tym od zastrzeżeń Prezesa Urzędu co do treści klauzuli umownej przywołanej przez Przedsiębiorcę na uzasadnienie wprowadzanych do umowy zmian, podkreślić trzeba, że praktyka Spółki zakwestionowana w pkt. 1.2 rozstrzygnięcia decyzji nie mieściła się w zakresie ww. klauzuli umownej. Dokonana przez Przedsiębiorcę zmiana umowy nie dotyczyła bowiem wprowadzenia nowego kanału bądź zamiany kanału na inny.

Zwrócić przy tym należy uwagę, że w dotychczasowej korespondencji z Prezesem Urzędu Przedsiębiorca kwalifikował jako materialną podstawę jednostronnej modyfikacji stosunków umownych z konsumentami przepis art. 60a ustawy Prawo telekomunikacyjne. Stosowane przez niego wzorce umowne przeczą temu twierdzeniu i wskazują m.in. w cytowanych postanowieniach (por. fragm. *złożenie wypowiedzenia Umowy w trybie zgodnym z art. 60a...*), że przepis ten reguluje wyłącznie tryb dokonywanych zmian i wypowiedzania przez konsumentów umów w razie braku ich akceptacji.

Zaznaczyć także trzeba, że - w ocenie Prezesa Urzędu - wskazane przez Spółkę przepisy prawa powszechnie obowiązującego nie mogą stanowić samodzielnej podstawy prawnej dla

<sup>27</sup> Niezależnie od przedmiotu postępowania należy zauważyć, że ww. klauzula modyfikacyjna może również podlegać analizie przez pryzmat abuzywności (art. 385<sup>1</sup> § 1 kc). Ww. analiza wykracza jednak poza ramy niniejszego postępowania.



dokonania przedmiotowych zmian z uwagi na konieczność regulacji dopuszczalności modyfikowania umów zawieranych z konsumentami poprzez zamieszczanie w ich treści odpowiednich klauzul modyfikacyjnych, zgodnie z przywołanymi przepisami kc oraz orzecznictwem.

W ocenie Prezesa Urzędu, zachowanie Spółki wskazane w pkt I.1 i I.2 rozstrzygnięcia decyzji jest sprzeczne z dobrymi obyczajami z uwagi na dokonanie przez Spółkę zmian umów mimo braku zawarcia w umowach podstaw normatywnych umożliwiających dokonanie takich zmian, co narusza wymóg lojalności wobec kontrahenta, nienadużywania przewagi wynikającej z ukształtowania stosunku prawnego i niedokonywania jednostronnej zmiany warunków umowy bez wyraźnej podstawy prawnej zawartej w umowie.

Jednocześnie należy zauważyć, że wprowadzone zmiany dotyczyły istotnych elementów umowy i w sposób znaczący wpłynęły na główne prawa i obowiązki stron, prowadząc do podwyższenia opłat abonamentowych obciążających konsumentów będących kontrahentami Spółki lub do zmiany zakresu oferowanej przez Spółkę usługi telewizji powodującej przesunięcie części kanałów spośród kanałów gwarantowanych do grupy kanałów niegwarantowanych, których zaprzestanie nadawania lub zmiana nie są przez Spółkę kwalifikowane jako zmiana umowy. Na tej podstawie Spółka wprowadziła zmiany programowe opisane na str. 18-19 decyzji.

Wskazać również trzeba, że wprowadzane przez Przedsiębiorcę jednostronnie zmiany warunków umów godzą w dobry obyczaj wzajemnej lojalności kontraktowej i rzetelności współpracy Przedsiębiorcy z konsumentem również poprzez wykorzystanie istniejącej między przedsiębiorcą a konsumentem dysproporcji w możliwościach dochodzenia przysługujących praw i związanej z tym kalkulacji opłacalności sądowej ochrony roszczeń. Nie może bowiem ulegać wątpliwości, że kwoty o które Spółka jednostronnie podwyższyła wysokość opłat abonamentowych konsumentów (średnio [\*\*\*]), choć odczuwalne przez nich i obciążające budżet przeznaczony na opłaty telekomunikacyjne, nie stanowią kwot skłaniających przeciętnego konsumenta do dochodzenia roszczeń przed sądem. Analiza przez konsumenta wydatków koniecznych do poniesienia dla realizacji jego roszczeń na drodze procesowej musi prowadzić do wniosku o nieopłacalności takiego rozwiązania, zniechęcając tym samym indywidualnych konsumentów do szukania ochrony prawnej i prowadząc do akceptacji narzucanych przez Spółkę rozwiązań. Wszystko to z kolei godzi w lojalność kontraktową nakazującą wywiązywać się ze wzajemnych zobowiązań zgodnie z dobrą wiarą i bez wykorzystywania mniej korzystnego położenia kontrahenta.

### **Uprawdopodobnienie istotnego zniekształcenia zachowań rynkowych przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawarcia lub po jej zawarciu w kontekście praktyk określonych w pkt I.1 i I.2 rozstrzygnięcia decyzji**

Nie każde zachowanie rynkowe przedsiębiorcy wobec konsumenta sprzeczne z dobrymi obyczajami może być zakwalifikowane jako nieuczciwe w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Praktyka przedsiębiorcy musi również istotnie zniekształcać bądź móc zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawarcia lub po jej zawarciu.

Nieuczciwe zachowanie rynkowe przedsiębiorcy wobec konsumenta nie może być zachowaniem bagatelnym, nieistotnym z punktu widzenia wpływu na proces decyzyjny.



Powinno mieć ono zasadniczy wpływ i znaczenie w procesie związanym z nawiązaniem stosunku umownego, z pozostaniem w tym stosunku bądź jego zakończeniem. Z racji, że nieuczciwa praktyka rynkowa ma zniekształcać, i to w sposób istotny, zachowanie przeciętnego konsumenta, wynika wymóg by zniekształcenie polegało na ograniczeniu lub wyeliminowaniu zdolności konsumenta do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej umowy. Formy tego zniekształcenia mogą być różne: od przymusu, po działania lub zaniechania wprowadzające w błąd<sup>28</sup>.

Analizowane zachowania Przedsiębiorcy mogły w istotnym stopniu wpłynąć zniekształcająco na zachowania gospodarcze konsumentów.

Praktyka Spółki polegająca na jednostronnej zmianie umowy poprzez podwyższenie cen oferowanych usług zmusiła konsumentów do dokonania powtórnej analizy przedstawionych im warunków umów mimo dokonania takich analiz na etapie zawierania umów z Przedsiębiorcą. Następstwem tego była konieczność podjęcia przez konsumentów objętych zmianami decyzji o rozwiązaniu umów bądź o pozostaniu stroną zmienionych stosunków prawnych, które mogły być przez nich oceniane jako mniej korzystne. Konsumenty, którzy podjęli decyzję o zakończeniu stosunku prawnego, zmuszeni byli z kolei do powtórnej analizy ofert przedsiębiorców działających na rynku usług telekomunikacyjnych, poświęcając swój czas na wybór innej oferty przy ryzyku konieczności sięgnięcia po ofertę mniej korzystną od oferty, na której warunkach Przedsiębiorca świadczył na ich rzecz usługi przed zmianami.

Niezależnie od opisanego zniekształcenia zachowania konsumentów pod względem pozaekonomicznym podkreślić trzeba, że praktyka Przedsiębiorcy zniekształcić mogła ich zachowanie również w aspekcie ekonomicznym. Konsumenty, którzy nie zrezygnowali z umowy i otrzymywali usługi na zmienionych warunkach, zmuszeni bowiem zostali do znoszenia podwyższonych opłat przy braku uzasadnienia prawnego dla przeprowadzenia przez Spółkę modyfikacji umów. Z kolei konsumenci, którzy zrezygnowali z umowy i zmuszeni byli do sięgnięcia po oferty innych przedsiębiorców, w konsekwencji mogli zawrzeć stosunki prawne mniej korzystne finansowo niż stosunek prawny łączący ich z Przedsiębiorcą przed zmianami. Znoszenie przez nich tak ukształtowanej nowej sytuacji prawnej mogło godzić w ich interesy majątkowe. Co istotne, z uwagi na ciągły charakter zmienianych stosunków prawnych, których dotyczyły kwestionowane przez Prezesa Urzędu praktyki, ich skutki w zakresie zniekształcenia zachowania konsumentów i godzenia w ich interesy ekonomiczne mogą w dalszym ciągu trwać do chwili sporządzenia niniejszego pisma.

Praktyka Spółki polegająca na jednostronnej zmianie umowy przez przesunięcie określonych kanałów spośród kanałów gwarantowanych do grupy kanałów niegwarantowanych również zmusiła konsumentów do dokonania powtórnej analizy przedstawionych im warunków umowy. W konsekwencji wymienionej praktyki konsumenci, którzy zdecydowali o pozostaniu stronami umów, zostali ponadto pozbawieni ochrony zastrzeżonej dla programów z kategorii programów gwarantowanych, skutkiem czego postawiono ich w stanie niepewności odnośnie do tego, jakie programy będą odbierać do zakończenia umowy. Będąc pozbawionymi prawa do wypowiedzenia umowy w razie zaprzestania nadawania przez Przedsiębiorcę określonego kanału z listy programów niegwarantowanych (uprzednio gwarantowanego), stali się stroną stosunku prawnego

<sup>28</sup> A.Michalak (red.), Przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz (wers. elektroniczna, komentarz do art. 4 ustawy).

naruszającego zasadę równowagi stron. Tym samym zarzucana Przedsiębiorcy praktyka mogła zniekształcić ich zachowanie zarówno w aspekcie ekonomicznym (pozbawienie ochrony prawnej przed zmianami umowy ingerującymi w treść świadczenia lub wypowiedzenie umowy w przypadku wycofania kanału z koniecznością jednak zwrotu udzielonych ulg), jak i w aspekcie pozaekonomicznym (konieczność ponownej analizy oferty Przedsiębiorcy i poszukiwanie ewentualnej nowej oferty). Podobnie jak przy pierwszej z omówionych praktyk podkreślić trzeba, że ciągłość stosunku prawnego łączącego Przedsiębiorcę z konsumentem uzasadnia wniosek, że skutki omówionej praktyki mogą trwać do chwili obecnej, godząc w interesy konsumentów dotkniętych praktyką.

W odniesieniu do pierwszej z przywołanych praktyk wskazać przy tym trzeba, że kwoty podwyżek cen świadczonych usług, choć odczuwalne z perspektywy budżetu konkretnego abonenta, nie były kwotami skłaniającymi do dochodzenia przez dotkniętych praktyką konsumentów w drodze sądowej przysługujących im roszczeń w razie braku akceptacji wprowadzanych zmian. Dysproporcja kosztów dochodzenia ochrony prawnej do możliwych do uzyskania korzyści i konieczność wystąpienia na drogę sądową przeciwko przedsiębiorcy dysponującemu z perspektywy konsumenta praktycznie nieograniczonymi środkami w istotny sposób mogły wpłynąć na decyzje konsumentów odnośnie do akceptacji jednostronnie wprowadzanych przez Przedsiębiorcę zmian.

W ocenie Prezesa Urzędu zachowania Spółki wskazane w pkt I.1 i I.2 rozstrzygnięcia decyzji stały w sprzeczności z dobrymi obyczajami i mogły w istotny sposób zniekształcić zachowania rynkowe dotkniętych nimi konsumentów. W konsekwencji należy uznać za uprawdopodobnione, że opisane w pkt I.1 i I.2 rozstrzygnięcia decyzji praktyki Spółki naruszały art. 4 ust. 1 upnpr.

### **Uprawdopodobnienie sprzeczności z prawem praktyki określonej w pkt I.3 rozstrzygnięcia decyzji**

#### **Uprawdopodobnienie stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki wprowadzającej w błąd**

Zgodnie z art. 4 ust. 2 upnpr za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd. W myśl art. 5 ust. 1 upnpr praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1 upnpr). Zgodnie natomiast z art. 5 ust. 3 pkt 6 ww. ustawy wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć powodów stosowania przez przedsiębiorcę praktyki rynkowej.

W ocenie Prezesa Urzędu, powołanie się we wstępie kierowanych przez Spółkę do konsumentów listów informujących o wprowadzanych jednostronnie zmianach umów na „zalecenia otrzymane od Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów” oraz „zmiany niezależne od VECTRA S.A., wdrażane przez nadawców programowych”(por. m.in. str. 20 decyzji) celem uzasadnienia opisanych w nich zmian, obejmujących m.in. wzrost opłat abonamentowych i zmiany programów, mogło wprowadzić konsumentów w błąd, wywołując u nich mylne przeświadczenie, że zmiany te nie wynikają z autonomicznej woli Spółki, ale że stanowią jedynie odzwierciedlenie decyzji podjętych w tym zakresie przez organ administracyjny lub podmioty niezależne od Spółki, na które Spółka nie tylko

mogła nie mieć wpływu, ale wręcz musiała je zaakceptować. Zwrócić należy przy tym uwagę,

że treść listów przesyłanych przez Spółkę konsumentom nie różnicowała ww. powodów w odniesieniu do poszczególnych zmian warunków umów. Zamieszczenie informacji o przywołanym powyżej brzmieniu w początkowej części listu informującego następnie o zakresie wprowadzanych zmian, w tym o podwyższaniu cen usługi oraz jej zakresie (przesunięciu programów z listy programów gwarantowanych na listę programów niegwarantowanych) wywoływało wrażenie, że wszystkie komunikowane zmiany spowodowane były koniecznością dostosowania przez Spółkę łączących ją z konsumentami stosunków zobowiązaniowych do zaleceń otrzymanych od Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz że były one niezależne do jej woli, tj. że na ich wprowadzenie nie miała ona żadnego wpływu.

Powyższe twierdzenia nie znajdują odbicia w stanie faktycznym sprawy. Prezes Urzędu nie formułował zaleceń, których przedmiotem byłaby konieczność podwyższania przez Spółkę cen świadczonych usług (wysokości opłat abonamentowych) bądź konieczność dokonywania przez nią zmian w zakresie dostarczanych konsumentom programów i ich przynależności do listy programów gwarantowanych bądź niegwarantowanych. Tym samym powoływanie się przez Spółkę w korespondencji kierowanej do objętych zmianami konsumentów na istnienie takich zaleceń i uzasadnianie nimi wprowadzanych w obowiązujących umowach zmian uzasadnia wniosek o wprowadzaniu przez stosowaną praktykę w błąd.

Przywołane w powyższym wywodzie wprowadzające w błąd komunikaty Spółka zamieszczała w treści korespondencji kierowanej do konsumentów-abonentów. Tym samym należy stwierdzić, że analizowane treści były przez nią rozpowszechniane. Z uwagi zaś na sposób redagowania komunikatów, w tym ich oznajmujący charakter i odnoszenie się do określonych elementów łączącej strony umowy uprawniony jest zarazem wniosek, że treści te były w zamyśle Spółki informacjami. Informacje te, dotyczące przyczyn jednostronnie wprowadzanych przez Spółkę w zakresie obowiązujących umów zmian, należy uznać za informacje dotyczące powodów stosowania przez przedsiębiorcę praktyki rynkowej w rozumieniu art. 5 ust. 3 pkt 6 upnpr.

### **Uprawdopodobnienie powodowania możliwości podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął**

Powołanie się na zalecenia organu administracji publicznej lub też na działania innych podmiotów niezależnych od Spółki (nadawców) jako na przyczyny wprowadzenia zmian mogło wpłynąć na decyzje konsumentów co do konieczności zaakceptowania zmienionych warunków kontraktu i kontynuowanie umów na potencjalnie mniej korzystnych niż dotychczas warunkach. Społeczne zaufanie, jakim obdarzany jest Prezes Urzędu, mogło prowadzić do akceptacji przez konsumentów jednostronnie wprowadzanych decyzją Spółki zmian, jako zmian nienaruszających interesów konsumentów, a zarazem takich, na których kształt Spółka nie miała żadnego wpływu. Jest tym samym oczywiste, że opatrzenie zmiany warunków umowy informacją, że nie wynikają one wyłącznie z woli Spółki, ale że ich wprowadzenie podyktowane zostało zaleceniami organu ochrony konsumentów, mogło rzutować na postawy konsumentów względem tychże zmian, prowadząc do podejmowania przez nich decyzji o akceptacji nowego kształtu stosunków umownych łączących ich

ze Spółką, a tym samym mogło doprowadzić do podjęcia przez nich decyzji dotyczących umów, których inaczej by nie podjęli.

Należy przy tym mieć na względzie, że przywołany w niniejszym piśmie przeciętny konsument nie mógł mieć świadomości nieprawdziwości informacji rozpowszechnianych przez Spółkę. Sformułowanie o dostosowaniu warunków umów do zaleceń Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, jak również o niezależności zmian od Spółki, jako wynikających z działań nadawców programowych, odwołuje się do okoliczności niemożliwych do zweryfikowania dla przeciętnego konsumenta. Kwestie negocjacji dostawców usług z nadawcami telewizji odnośnie do warunków ich współpracy są niejawnie z uwagi chociażby na tajemnicę przedsiębiorstwa i tym samym niemożliwe jest ich weryfikowanie przez końcowych odbiorców usług telewizyjnych (niezależnie od tego, czy takie okoliczności w ogóle można uznać za „zmiany wdrażane przez nadawców”). Również informacja o „zaleceniach” Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pozbawiona odwołania do konkretnego dokumentu bądź komunikatu prasowego uniemożliwiła sprawdzenie jej prawdziwości przez przeciętnego konsumenta, znajdującego się w sytuacji rynkowej na pozycji słabszej od profesjonalnego podmiotu gospodarczego i pozbawionego realnej możliwości uzyskania od Spółki ww. informacji oraz weryfikacji ich prawdziwości.

W ocenie Prezesa Urzędu zachowanie Spółki wskazane w pkt 1.3 rozstrzygnięcia decyzji stanowiło działanie wprowadzające w błąd, które mogło powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. W konsekwencji należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt 1.3 rozstrzygnięcia decyzji praktyka Spółki naruszała art. 5 ust.1 i 2 pkt 1 i ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

### **Uprawdopodobnienie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów**

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

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

W niniejszej sprawie działania Spółki nie dotyczyły interesów poszczególnych osób, lecz szerokiego kręgu konsumentów, których sytuacja w poszczególnych grupach abonentów usług zdefiniowanych przez Spółkę była analogiczna, wobec czego nie ulega wątpliwości, że miała charakter zbiorowy. Konsumentów, do których adresowane były

wszystkie trzy kwestionowane praktyki przedsiębiorcy stanowili zbiór wyodrębniony według wspólnych kryteriów.

Tym samym stwierdzić trzeba, że w zakresie pierwszej z praktyk określonych w rozstrzygnięciu decyzji (pkt I.1) naruszone zostało prawo konsumentów do otrzymywania usług na warunkach cenowych określonych w zawartej umowie oraz do ukształtowania kontraktu w sposób umożliwiający konsumentom określenie okoliczności, w których można spodziewać się ewentualnych zmian istotnych elementów łączącego ich z Przedsiębiorcą stosunku prawnego (interesy pozaekonomiczne). Jednocześnie naruszeniu uległy interesy ekonomiczne całej kategorii konsumentów poprzez wprowadzenie przez Spółkę zmian skutkujących wzrostem miesięcznych opłat abonamentowych oraz interesy pozaekonomiczne poprzez zmuszenie dotkniętych zmianami konsumentów do kolejnej analizy warunków umów w zakresie akceptowalności nowego kształtu stosunków prawnych mimo dokonania przez nich takiej analizy na etapie zawierania umowy i nawiązywania stosunku prawnego. Nie można przy tym tracić z oczu, że konsumenci dotknięci kwestionowaną praktyką w razie braku akceptacji dla wprowadzonych jednostronnie przez Przedsiębiorcę zmian zmuszeni byli do wypowiedzenia umowy, poszukiwania nowego dostawcy, a w trakcie tego procesu do analizy obecnych na rynku ofert i kalkulacji ich opłacalności. Każda z wymienionych czynności pociągała za sobą poświęcenie przez konsumenta określonej ilości czasu, co w konsekwencji naruszało jego interesy pozaekonomiczne.

W zakresie godzenia w zbiorowe interesy konsumentów przez drugą z praktyk (pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji) podkreślić trzeba, że zmiany bezpodstawnie wprowadzone przez Spółkę do umów nie zostały oparte na prawidłowo skonstruowanych klauzulach modyfikacyjnych, godząc w prawa konsumentów do przejrzystości i przewidywalności stosunku prawnego i naruszając tym samym ich interesy pozaekonomiczne. W konsekwencji doszło do naruszenia prawa konsumentów do otrzymywania świadczeń w kształcie zgodnym z treścią zawartych umów. Skutkiem praktyki Przedsiębiorcy było również zmniejszenie stabilności łączącego go z konsumentami stosunku prawnego przez pozbawienie części oferowanych programów gwarancji ochrony prawnej związanej z procedurą zmiany umowy, co godziło zarówno w interesy ekonomiczne jak i pozaekonomiczne konsumentów pozbawionych pewności co do trwałości stosunku prawnego łączącego ich ze Spółką. Pamiętać należy, że jednostronna zmiana polegająca na przesunięciu części programów z kategorii programów gwarantowanych do programów niegwarantowanych doprowadziła do pozbawienia konsumenta prawa wypowiedzenia umowy bez obowiązku zwrotu na rzecz Spółki ulgi w opłacie abonamentowej w razie ewentualnego usunięcia programu obecnego na liście programów niegwarantowanych z oferty operatora bez konsekwencji finansowych. W takiej sytuacji bowiem konsument nie ma prawa do wypowiedzenia umowy bez obowiązku zwrotu na rzecz Spółki ww. ulgi z uwagi na nieuznawanie przez Przedsiębiorcę zaprzestania nadawania programu z kategorii niegwarantowanych za zmianę umowy. W konsekwencji więc zmuszony zostaje do otrzymywania świadczenia w zubożonym kształcie przy braku możliwości sprzeciwienia się postępowaniu Spółki bez narażenia na straty finansowe, co godzi w jego interesy ekonomiczne.

W przypadku trzeciej z praktyk (pkt I.3 rozstrzygnięcia decyzji) doszło do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów rozumianego jako prawo do otrzymywania od przedsiębiorcy rzetelnych informacji oraz uczestniczenia w niezakończonych przez



przedsiębiorcę warunkach rynkowych. Nie może bowiem ulegać wątpliwości, że praktyka Spółki, dotycząca wszystkich konsumentów dotkniętych wprowadzanymi zmianami i otrzymujących informującą o tym korespondencję, mogła wprowadzać konsumentów w błąd poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji o roli Prezesa Urzędu we wprowadzanych przez Spółkę zmianach i tym samym powodować podjęcie przez konsumentów-adresatów przekazów informacyjnych decyzji dotyczących umowy, których w braku kwestionowanego postępowania Spółki by nie podjęli. Wskutek tej praktyki konsumenci mogli zdecydować o pozostaniu stronami umów ze Spółką i zrezygnować z ewentualnego dochodzenia od niej roszczeń ze względu na przekonanie, że wprowadzone zmiany wynikały z zaleceń Prezesa Urzędu (naruszenie interesów ekonomicznych). Zarazem wskutek praktyki Przedsiębiorcy doszło do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów rozumianego jako prawo do otrzymywania od kontrahenta zgodnych z prawdą, rzetelnych i niewprowadzających w błąd komunikatów. W ten sposób konsumenci mogli zachować dobrą opinię o przedsiębiorcy, który w ocenie konsumentów wywołanej treścią otrzymanej korespondencji, wprowadzał zmiany jedynie od niego niezależne. Tym samym naruszone zostały w tym zakresie ich interesy pozaekonomiczne.

Należy podkreślić, że skutki ekonomiczne praktyk opisanych w pkt. I.1 i I.2 rozstrzygnięcia decyzji utrzymywały się do końca okresów zobowiązania, którymi objęci byli konsumenci, a w niektórych przypadkach mogą utrzymywać się w dalszym ciągu (umowy bez okresu zobowiązania). Przedsiębiorca nie wycofał się z wprowadzonych pomimo braku prawidłowej klauzuli modyfikacyjnej zmian, utrzymując podwyższone opłaty miesięczne naliczone konsumentom oraz zmianę kanałów z kategorii gwarantowanych do kategorii kanałów niegwarantowanych. Tym samym uprawniona jest ocena o utrzymujących się negatywnych skutkach naruszeń dla interesów ekonomicznych dotkniętych nimi konsumentów.

Tym samym uznać należy, że uprawdopodobniono godzenie przez praktyki Spółki określone w pkt I.1-3 rozstrzygnięcia decyzji w zbiorowe interesy konsumentów.

Mając na uwadze powyższą analizę, przyjąć należy, że uprawdopodobniono, że Vectra stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów opisane w pkt I.1-3 rozstrzygnięcia decyzji

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

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

Praktyki Spółki określone w pkt I.1-3 rozstrzygnięcia zostały zaniechane z dniem 2 sierpnia 2015 r., tj. dniem następującym po dniu wejścia w życie jednostronnych zmian warunków umów. Zaniechanie ww. praktyk jest immanentnie wpisane w ich jednorazowy charakter, podobnie jak dalsze trwanie skutków ww. praktyk. Na dzień wydania decyzji trwają skutki naruszeń interesów konsumentów o charakterze ekonomicznym



i pozaekonomicznym. W ocenie Prezesa Urzędu zachodzi konieczność usunięcia ww. skutków poprzez realizację zaproponowanych przez Spółkę działań.

Prezes Urzędu nałożył na Vectrę obowiązek wykonania zobowiązania zgodnie z pkt I.A-I rozstrzygnięcia decyzji. Prezes Urzędu uznał za zasadne przyjęcie zobowiązania w przedstawionym w rozstrzygnięciu kształcie. Treść zobowiązania jest jednoznaczna i precyzyjna oraz umożliwia skontrolowanie jego wykonania. W ramach ww. zobowiązania Vectra zobowiązała się do usunięcia skutków wszystkich praktyk wskazanych w rozstrzygnięciu.

W ocenie Prezesa Urzędu zobowiązanie w powyższym kształcie spełnia cel wydania decyzji zobowiązującej, którym jest zapewnienie odpowiedniego poziomu ochrony interesów ogółu konsumentów. Złożone przez Spółkę zobowiązanie przewiduje przyznanie rekompensaty dla konsumentów w największym stopniu dotkniętych działaniem przedsiębiorcy (pkt I.A-C) oraz poinformowanie szerokiego grona konsumentów o niedopuszczalności określonych działań Przedsiębiorcy (w szczególności pkt I.D-E).

Odnosząc się do działań zaproponowanych przez Spółkę, należy w pierwszej kolejności wskazać grupę konsumentów, których dotyczy zobowiązanie.

Zobowiązania Spółki wskazane w pkt I.A-C obejmują zarówno aktualnych (tj. pozostających abonentami Spółki na dzień przypadający 2 tygodnie po uprawomocnieniu się decyzji), jak i byłych konsumentów-abonentów Spółki. Przysporzeniem objęci są jednak konsumenci, którzy byli w momencie dokonania przez Spółkę zakwestionowanych zmian warunków umowy w tzw. okresie zobowiązania. Oznacza to, że konsumenci ci byli objęci warunkami umowy o charakterze terminowym (najczęściej korzystniejszymi niż warunki standardowe). Prezes Urzędu uznał za wystarczające ograniczenie rekompensaty do tego grona konsumentów, mając na uwagę charakterystykę umów terminowych i bezterminowych. W przypadku umów terminowych oczekiwanie konsumenta, że przedsiębiorca będzie świadczył mu usługi na uzgodnionych warunkach do końca okresu ustalonego w umowie jest szczególnie uzasadnione. Stąd też zakwestionowane praktyki były bardziej dotkliwe dla tej grupy konsumentów. Umowy bezterminowe charakteryzują się natomiast większą elastycznością.

Zobowiązaniami opisanymi w pkt I.A-B rozstrzygnięcia decyzji zostaną objęci konsumenci dotknięci skutkami praktyki, o której mowa w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji. Zobowiązaniem opisanym w pkt I.C rozstrzygnięcia decyzji zostaną objęci konsumenci dotknięci skutkami praktyki, o której mowa w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji. Skutki praktyki określonej w pkt I.3 rozstrzygnięcia decyzji usunięte zostaną poprzez realizację przez Spółkę obowiązków informacyjnych wskazanych w pkt I.D-E rozstrzygnięcia decyzji. Z komunikatów, które zostaną zamieszczone w prasie i na stronie Przedsiębiorcy (w tym z komunikatu pop-up wyświetlanego każdorazowo po wejściu na stronę internetową), wynika bowiem, że informacja przekazana konsumentom wskazująca, że zmiany warunków umów były skutkiem zaleceń Prezesem Urzędu, była niezgodna z prawdą.

Rodzaj i wielkość przyznaných korzyści uzależniony jest od wagi, zasięgu i skutków poszczególnych praktyk stosowanych przez Spółkę. Forma rekompensaty dostosowana jest również do aktualnego statusu abonenta Spółki (aktualny/były).

Prezes Urzędu, przyjmując zobowiązanie Spółki, wziął pod uwagę, że skutki praktyki opisanej w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji są dalej idące niż skutki praktyki opisanej w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji. W pierwszej z praktyk wystąpiły bowiem skutki o charakterze finansowym, które dotknęły wszystkich konsumentów objętych takimi zmianami warunków

umów. Skutkiem zmian charakteru kanałów było natomiast powstanie po stronie Spółki możliwości modyfikacji zawartości programowej, z której to możliwości Spółka skorzystała jedynie w ograniczonym zakresie (por. str. 19 decyzji). Zmiany programowe polegające na wycofaniu kanałów dotknęły jedynie części ze wszystkich konsumentów objętych zmianami warunków umów. Skutki tej praktyki należy również ocenić jako mniej dotkliwe niż podwyżka cen usługi. Stąd też w przypadku praktyki I.1 zobowiązanie przewiduje rekompensatę finansową (pkt. I.A i I.B), w przypadku praktyki I.2 zaś rekompensatę produktową (pkt I.C).

W przypadku zobowiązania opisanego w pkt I.A rozstrzygnięcia decyzji do skorzystania z rekompensaty uprawnieni będą aktualni abonenci Spółki (na dzień przypadający 2 tygodnie po uprawomocnieniu się decyzji). Rekompensata obejmuje przyznanie konsumentom upustu w wysokości stanowiącej iloczyn wysokości wprowadzonej i opłacanej przez abonenta podwyżki abonamentu i liczby miesięcy od dnia 1 sierpnia 2015 roku (tj. od daty, kiedy podwyżka weszła w życie) do dnia końca okresu zobowiązania, jaki obowiązywał abonenta w dniu wejścia w życie podwyżki. Rekompensata zostanie udzielona przez uznanie każdemu z abonentów uprawnionych do tego przysporzenia salda płatności, a następnie obniżeniu całości należnej płatności z tytułu zawartej umowy w okresie 6 następujących po sobie miesięcy o kwotę stanowiącą 1/6 całości rekompensaty. Upust będzie naliczany od pierwszego dnia miesiąca następującego po miesiącu, w którym zakończyła się całość komunikacji, o której mowa w pkt I.F-G rozstrzygnięcia decyzji. O skonkretyzowanych datach (dziennych), w jakich upust będzie naliczany, konsumenci zostaną poinformowani w liście, do którego link zostanie rozesłany za pomocą komunikacji SMS, e-mail i przez Strefę Klienta (por. pkt I.E-G).

Jeśli Spółka nie będzie miała możliwości przyznać upustu na powyższych zasadach (w szczególności ze względów technicznych), a także wtedy, gdy abonent zrezygnuje ze wszystkich usług świadczonych przez Spółkę, Spółka zwróci niewykorzystaną część kwoty rekompensaty przelewem na podany przez abonenta numer konta. O konieczności podania numeru konta konsumenci również zostaną poinformowani w opisany powyżej sposób. Rekompensata zostanie przyznana w sposób automatyczny, tj. bez konieczności dokonywania przez konsumentów jakichkolwiek czynności.

Rekompensata dla konsumentów dotkniętych skutkami praktyki określonej w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji, którzy nie są już abonentami Spółki, opisana jest w pkt I.B. Ta forma przysporzenia obejmuje zarówno rekompensatę finansową, jak i produktową. Konsumenci otrzymają zgodnie ze swoim wyborem jedną z 3 korzyści:

- zwrot kwoty 36,80 zł na podany przez abonenta numer rachunku bankowego;
- w razie zawarcia przez konsumenta umowy ze Spółką na nową usługę telewizyjną, telefonii stacjonarnej lub mobilnej lub dostępu do Internetu stacjonarnego lub mobilnego na okres przynajmniej 12 miesięcy, jeśli zawarcie umowy na ww. usługi nastąpi w terminie 30 dni od daty dziennej wskazanej konsumentom w komunikacji, o której mowa w pkt I.F-H rozstrzygnięcia decyzji - jednorazowy upust w kwocie 36,80 zł odejmowanego proporcjonalnie od kolejnych rachunków wystawianych abonentowi, aż do jego wyczerpania;
- kartę GSM z usługą Internetu mobilnego (15 GB) oraz połączeń głosowych (50 minut miesięcznie) oraz 50 SMS-ów (z opcją wykorzystania jako SMS techniczny w domowych instalacjach alarmowych lub jako mobilny Internet do laptopa czy tabletu) na okres 3 miesięcy w najbliższym Biurze Obsługi Klienta, w ciągu 30 dni od daty dziennej

wskazanej konsumentom w komunikacji, o której mowa w pkt I.F-H rozstrzygnięcia decyzji.

Wysokość rekompensaty dla byłych abonentów (pkt I.B.i i I.B.ii rozstrzygnięcia decyzji) skalkulowana została w oparciu o uśrednioną wysokość podwyżki, która wynosiła [\*\*\*] zł miesięcznie brutto, oraz średnią długość okresów zobowiązania, którymi objęci byli konsumenci od momentu wprowadzenia podwyżek do ich zakończenia [\*\*\*] (por. pismo Spółki z 21 sierpnia 2019 r.). W przypadku rekompensaty określonej w pkt I.B.ii kwota 36,80 zł będzie odejmowana od kolejnych 3 rachunków abonenta. Z uwagi na to, abonenci mogą jednocześnie korzystać z innych ofert promocyjnych (przewidujących np. możliwość obniżenia opłat w pierwszych miesiącach korzystania z usług) nie zawsze możliwe będzie odjęcie 1/3 wartości przysporzenia. Niezależnie od tego przysporzenie powinno zostać w całości przyznane do trzeciego rachunku włącznie.

Konsumenci będą mogli dokonać wyboru korzyści w ciągu 30 dni od otrzymania komunikatu SMS/e-mail, o których mowa w pkt I.F-G rozstrzygnięcia decyzji, poprzez formularz dostępny na dedykowanej stronie internetowej, drogą mailową pod wskazanym adresem lub drogą telefoniczną pod dedykowanym numerem telefonu. Konsumenci, do których Spółka nie posiada ani numeru telefonu mobilnego, ani adresu e-mail o dziennym terminie, do którego będą mogli dokonać wyboru korzyści zostaną poinformowani za pomocą informacji dostępnej w Strefie Klienta (pkt. I.H rozstrzygnięcia decyzji). Dla tej grupy konsumentów możliwość dokonania wyboru rodzaju rekompensaty będzie istniała przez cały czas dostępności komunikatu w Strefie Klienta. Termin ten będzie również określony datą dzienną w liście, do którego link zostanie rozestany przez Strefę Klienta (por. pkt I.H).

Otrzymanie zwrotu podwyżki wymagało będzie podania przez konsumentów numeru rachunku bankowego. Zawarcie umowy z upustem nastąpi na podstawie vouchera udostępnionego konsumentom w formie elektronicznej. Odbiór karty GSM będzie natomiast wymagał wizyty we wskazanym (właściwym dla ostatniego miejsca świadczenia usług) Biurze Obsługi Klienta. O ww. warunkach otrzymania rekompensaty konsumenci zostaną poinformowani w liście, do którego link zostanie rozestany za pomocą komunikacji SMS, e-mail i przez Strefę Klienta (por. pkt I.E-G).

W przypadku zobowiązania opisanego w pkt I.C rozstrzygnięcia decyzji do skorzystania z rekompensaty uprawnieni będą aktualni abonenci Spółki (na dzień przypadający 2 tygodnie po uprawomocnieniu się decyzji). Rekompensata obejmuje przyznanie konsumentom dostępu do kanału Cinemax przez okres 2 miesięcy od pierwszego dnia miesiąca następującego po miesiącu, w którym zakończyła się komunikacja, o której mowa w pkt I.F-G rozstrzygnięcia decyzji, o ile abonent w tym czasie będzie korzystał z usług i sprzętu abonenckiego, który umożliwia korzystanie z tej usługi. O skonkretyzowanych datach (dziennych), w jakich nastąpi aktywacja kanału Cinemax, konsumenci zostaną poinformowani w liście, do którego link zostanie rozestany za pomocą komunikacji SMS, e-mail i przez Strefę Klienta (por. pkt I.E-G).

Rekompensata zostanie przyznana w sposób automatyczny, tj. bez konieczności dokonywania przez konsumentów jakichkolwiek czynności. Korzyści opisane w pkt I.A i I.C rozstrzygnięcia decyzji będą się sumować.

Zobowiązanie obejmuje również obowiązek zakomunikowania konsumentom możliwości skorzystania z opisanych powyżej rekompensat. Konsumenci zostaną poinformowani o możliwości, terminie oraz sposobie skorzystania z poszczególnych korzyści z wykorzystaniem różnych środków komunikacji:

- przez stronę internetową Spółki [www.vectra.pl](http://www.vectra.pl), na której komunikat utrzymywany będzie przez 3 miesiące od jego udostępnienia (pkt I.D rozstrzygnięcia decyzji),
- przez 2 ogłoszenia w tygodnikach prezentujących programy telewizyjne (pkt I.E rozstrzygnięcia decyzji),
- przez zindywidualizowaną komunikację SMS, e-mail oraz przez Strefę Klienta dostosowaną do charakteru abonenta (aktualny/były, uprawniony do jednego lub dwóch rodzajów rekompensaty) (pkt I.F-H rozstrzygnięcia decyzji),
- przez komunikaty na dekodernach wyświetlane dwa razy w ciągu doby do końca okresu, w którym byli abonenci będą mogli dokonać wyboru rodzaju rekompensaty (tylko aktualni abonenci).

Zindywidualizowaną komunikacją SMS, e-mail oraz przez Strefę Klienta w pierwszej kolejności objęci zostaną aktualni abonenci Spółki. Po zakończeniu tego etapu komunikacji odpowiednie informacje zostaną zaś skierowane do byłych abonentów.

Art. 28 ust. 2 uokik stanowi, że w decyzji nakładającej obowiązek wykonania określonych zobowiązań Prezes Urzędu może określić termin wykonania zobowiązań. Mając na uwadze odmienny charakter poszczególnych zobowiązań opisanych w pkt I.A-I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, Prezes Urzędu określił różne terminy ich wykonania.

Dla wykonania zobowiązań, o których mowa w pkt I.A oraz I.C rozstrzygnięcia decyzji, został określony termin **3 miesiąca** liczony od dnia uprawomocnienia się decyzji. Przez wykonanie tych zobowiązań rozumie się przyznanie konsumentom odpowiednich rekompensat (tj. uznanie salda płatności na koncie abonenckim i aktywację dostępu do kanału Cinemax), co nastąpi w sposób automatyczny. Nie jest natomiast konieczne (ani możliwe) skonsumowanie przez konsumentów całości rekompensat w ww. terminie.

Dla wykonania zobowiązania, o którym mowa w pkt I.B rozstrzygnięcia decyzji, został określony termin **6 miesięcy** liczony od dnia uprawomocnienia się decyzji. Realizacja tej formy rekompensaty wymaga bowiem podjęcia zarówno przez Spółkę, jak i przez konsumentów szeregu działań. Termin wykonania zobowiązania uwzględnia zatem termin na dokonanie przez konsumentów wyboru korzyści (30 dni) oraz działań systemowych po stronie Spółki koniecznych do obsłużenia procesu przyznawania rekompensaty. Uwzględniając złożoność rekompensaty określonej w pkt I.B rozstrzygnięcia decyzji, Prezes Urzędu uznał termin 6 miesięcy za niezbędny, a jednocześnie wystarczający do wykonania zobowiązania. Termin ten należało będzie uznać za dochowany, jeżeli po wyrażeniu przez konsumenta woli skorzystania z konkretnej formy rekompensaty zostanie: zlecony przelew do konsumenta (pkt. I.B.i), wydany voucher uprawniający do zawarcia umowy z upustem (pkt I.B.ii), udostępniona do odbioru karta GSM (pkt I.B.iii). Nie jest natomiast konieczne skonsumowanie przez konsumentów całości rekompensat w ww. terminie.

Dla wykonania obowiązków informacyjnych zostały określone następujące terminy:

- komunikat przez stronę internetową Spółki (komunikat na dole strony oraz okno pop-up) - w dniu uprawomocnienia się decyzji. Komunikat utrzymywany będzie przez 3 miesiące od jego udostępnienia;
- ogłoszenia w tygodnikach prezentujących programy telewizyjne - termin 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji;
- komunikaty na dekodery - termin 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji dwa razy w ciągu doby do końca okresu, w którym byli abonenci będą mogli dokonać wyboru rodzaju rekompensaty;
- zindywidualizowana komunikacja przez Strefę Klienta skierowana do aktualnych abonentów - termin 1 miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji. Komunikat

- utrzymywany będzie przez 3 miesiące od jego udostępnienia do końca okresu, w którym byli abonenci będą mogli dokonać wyboru rodzaju rekompensaty;
- zindywidualizowana komunikacja przez Strefę Klienta skierowana do byłych abonentów - termin 2 miesiące od dnia uprawomocnienia się decyzji. Komunikat utrzymywany będzie przez 3 miesiące od jego udostępnienia do końca okresu, w którym byli abonenci będą mogli dokonać wyboru rodzaju rekompensaty;
  - zindywidualizowana komunikacja SMS, e-mail skierowana do aktualnych abonentów - termin 2 miesiące od dnia uprawomocnienia się decyzji. Termin ten pozwala na rozłożenie komunikacji SMS i e-mail w czasie;
  - zindywidualizowana komunikacja SMS, e-mail skierowana do byłych abonentów - termin 2 miesiące i 2 tygodni od dnia uprawomocnienia się decyzji. Termin ten pozwala na rozłożenie komunikacji SMS i e-mail w czasie oraz zrealizowanie w pierwszej kolejności komunikacji do aktualnych abonentów.

Mając na uwadze nakład pracy związany z koniecznością poinformowania konsumentów objętych rekompensatą o możliwości jej otrzymania, Prezes Urzędu uznał za zasadne rozłożenie obowiązków informacyjnych w czasie. Wskazane powyżej terminy należy uznać za niezbędne, a jednocześnie wystarczające do wykonania zobowiązania. W ww. terminach obowiązki informacyjne powinny zostać w całości zrealizowane.

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

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

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

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

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

#### **Pouczenie**

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tj. Dz. U. z 2018 r., poz. 1360 ze zm.) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2016 r., poz. 623 ze zm.), odwołanie





od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

Zgodnie z art. 103 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 i ust. 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.

Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

z upoważnienia  
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
**DYREKTOR**  
Departamentu Ochrony Zbiorowych Interesów  
Konsumentów  
*Izabela Szewczyk Krzyżanowska*

Otrzymują:

1. [\*\*\*]
2. a/a