



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Warszawa, 10 października 2022 r.

DOZIK-3.610.1.2022.MGa

wersja jawna

(tajemnicę przedsiębiorstwa i inne informacje prawnie chronione oznaczono ***)

Decyzja nr DOZIK 13/2022

I.

Na podstawie art. 26 ust. 1 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r., poz. 275), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustalanie przez UPC Polska spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie wysokości ulg przyznawanych konsumentom przy zawieraniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych będących podstawą do kalkulacji roszczenia wynikającego z art. 57 ust. 6 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. z 2022 r. poz. 1648) na poziomie przekraczającym wartość tych umów, w rozumieniu sumy opłat abonamentowych, które konsumenci są zobowiązani opłacić w czasie trwania umów, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2022 r. poz. 1648) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021 r. poz. 275)

i nakazuje zaniechanie jej stosowania.

II.

Na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. 2021 r., poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada** na UPC Polska spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dalej: „Spółka”, „UPC Polska”, „Przedsiębiorca”):

1. środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów wobec grupy konsumentów wyodrębnionej spośród konsumentów dotkniętych praktyką, o której mowa w punkcie I decyzji, jako konsumenci, którzy spełnili łącznie następujące przesłanki:
 - od 1 stycznia 2020 r. do dnia uprawomocnienia niniejszej decyzji wypowiedzieli umowy (lub umowy zostały im wypowiedziane z ich winy) o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawarte z UPC Polska, które wiązały się z przyznaniem konsumentom ulg,
 - a UPC Polska pobrała od nich roszczenie, o którym mowa w art. 57 ust. 6 Prawa telekomunikacyjnego, w kwocie przewyższającej sumę opłat abonamentowych, pozostałych do końca trwania umowy,w postaci obowiązku **zwrotu** kwoty roszczenia w części, w której kwota ta przewyższała sumę opłat abonamentowych pozostałych do końca trwania umowy, w terminie 2 (dwóch) miesięcy od dnia zgłoszenia się poszczególnych konsumentów na zasadach opisanych w pkt II.2, co nastąpi przez zwrot ww. kwoty na konto bankowe zgodnie z dyspozycją konsumenta;
2. środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci poinformowania konsumentów, o których mowa w punkcie II.1 decyzji, o przysługujących im uprawnieniach przez: skierowanie w terminie 2 (dwóch) miesięcy od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji informacji w formie wiadomości SMS bądź drogą mailową (w zależności od posiadanych danych) o przysługujących im uprawnieniach oraz czynnościach, jakie musi podjąć konsument w celu ich realizacji, tj. kontakt telefoniczny z przedsiębiorcą lub wypełnienie formularza na stronie internetowej, wraz ze wskazaniem daty dziennej ostatniego dnia terminu, w którym czynności te należy podjąć, tj. daty przypadającej na dzień upływu 4 (czterech) miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji;
3. środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci obowiązku skierowania informacji w formie wiadomości SMS bądź drogą mailową (w zależności od posiadanych danych) w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji - do wszystkich konsumentów, którzy zawarli, w okresie od 1 stycznia 2020 r. do dnia uprawomocnienia się decyzji, z UPC Polska spółka z ograniczoną odpowiedzialnością umowy, których zawarcie wiązało się z przyznaniem ulgi (bez względu na to, czy umowy te zostały rozwiązane czy nadal obowiązują), w których ustalona wartość roszczenia wynikająca z art. 57 ust. 6 Prawa telekomunikacyjnego przewyższała wartość tych umów (w rozumieniu sumy opłat abonamentowych, które konsumenci są zobowiązani opłacić w czasie trwania umowy), o treści:

„Prezes UOKiK wydał decyzję nr DOZIK 13/2022 w sprawie zbyt wysokich opłat za rozwiązanie przed terminem umowy z UPC Polska. Części konsumentów przysługuje zwrot pieniędzy, o czym informujemy w osobnej wiadomości. Więcej szczegółów znajdziesz w komunikacie na stronie internetowej UPC Polska bądź na stronie UOKiK.”

4. obowiązku publikacji na stronie internetowej UPC Polska (na dzień wydania decyzji mieszczącej się pod adresem www.upc.pl), w terminie miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK, komunikatu o treści (dalej jako „Komunikat”):

„Decyzja Prezesa UOKiK nr DOZIK 13/2022 w sprawie opłat za rozwiązanie umowy przed terminem. Części konsumentów przysługuje zwrot pieniędzy. Dowiedz się więcej”

odsyłającego do podstrony zawierającej informację o treści decyzji (dalej jako: „Oświadczenie”), a także hipertączę (link) do decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wersji jawnej, o następującej treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w decyzji nr DOZIK 13/2022 uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów zastrzeżenie przez UPC Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie opłat za rozwiązanie umowy na poziomie przekraczającym wartość zawartych z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych (rozumianych jako suma opłat abonamentowych, które konsumenci są zobowiązani opłacić w czasie trwania tych umów).

W decyzji organ uznał, że konsument nie powinien płacić za rozwiązanie umowy więcej niż zapłaciłby za jej kontynuację.

Konsumenci mogą powołać się na prawomocną decyzję Prezesa UOKiK, gdy będą chcieli dochodzić swoich praw w sądzie wobec tego przedsiębiorcy.

Pełna treść decyzji Prezesa UOKiK nr DOZIK 13/2022 dostępna jest na stronie internetowej www.uokik.gov.pl.

w następujący sposób:

- a) Komunikat będzie zamieszczony w górnej części strony głównej domeny upc.pl i każdej domenie przedsiębiorcy zastępującej ww. domenę w przyszłości, bez możliwości zamknięcia, tak aby widoczna była skrócona treść informacji: *„Decyzja Prezesa UOKiK nr DOZIK 13/2022 w sprawie opłat za rozwiązanie umowy przed terminem. Części konsumentów przysługuje zwrot pieniędzy. Dowiedz się więcej”* z hiperlinkiem przekierowującym do Oświadczenia po kliknięciu w link *„Dowiedz się więcej”* obejmującym sformułowanie *„Dowiedz się więcej”*;
- b) W przypadku wersji mobilnej strony internetowej widoczna będzie informacja o treści skróconej: *„Decyzja UOKiK w sprawie opłat za rozwiązanie umowy. Części konsumentów przysługuje zwrot pieniędzy. Więcej”*, z hipertączem prowadzącym do Oświadczenia obejmującym sformułowanie *„Więcej”*;
- c) Oświadczenie i Komunikat zostaną sformułowane ciemną czcionką, standardowo używaną przez UPC Polska w ramach strony internetowej, na białym tle na podstronie internetowej w domenie upc.pl i każdej domenie przedsiębiorcy zastępującej ww. domenę w przyszłości, Oświadczenie i Komunikat mają być widoczne przez cały czas, gdy użytkownik jest na podstronie (Oświadczenie i Komunikat nie mogą przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera), tekst umieszczony w ramce, o rozmiarze takim, aby była ona w całości wypełniona oświadczeniem, o którym mowa w niniejszym punkcie,
- d) w przypadku zmiany nazwy UPC Polska, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie

zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem UPC Polska lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej.

Oświadczenie i Komunikat będą dostępne na stronie internetowej UPC Polska spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie przez okres 3 miesięcy od daty ich publikacji.

5. Publikacji komunikatu w mediach społecznościowych UPC Polska spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (Facebook, Twitter), w terminie miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK (dalej jako: „Komunikaty w mediach społecznościowych”):

Na platformie Facebook Komunikat w mediach społecznościowych będzie miał następującą treść:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w decyzji nr DOZIK 13/2022 uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów zastrzeżenie przez UPC Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie opłat za rozwiązanie umowy na poziomie przekraczającym wartość zawartych z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych (rozumianych jako sumy opłat abonamentowych, które konsumenci są zobowiązani opłacić w czasie trwania tych umów).

W decyzji organ uznał, że konsument nie powinien płacić za rozwiązanie umowy więcej niż zapłaciłby za jej kontynuację.

Konsumenci mogą się powołać na prawomocną decyzję Prezesa UOKiK, gdy będą chcieli dochodzić swoich praw w sądzie wobec tego przedsiębiorcy.

Pełna treść decyzji Prezesa UOKiK nr DOZIK 13/2022 dostępna jest na stronie internetowej www.uokik.gov.pl”

Na platformie Twitter Komunikat w mediach społecznościowych będzie miał następującą treść:

„Konsumentom! Zapoznaj się z decyzją Prezesa #UOKiK nr DOZIK 13/2022 wydaną wobec #UPC_Polska w sprawie opłat za rozwiązanie umowy przed terminem. Części konsumentów przysługuje zwrot pieniędzy. Szczegóły na www.upc.pl [link przekierowujący do Oświadczenia na podstronie] i www.uokik.gov.pl. [link do decyzji na stronie UOKiK]”

w następujący sposób:

- a) komunikaty w mediach społecznościowych będą zamieszczone jako post na prowadzonym przez UPC Polska z siedzibą w Warszawie profilu w mediach społecznościowych wymienionych w pkt II.5.
- b) komunikaty w mediach społecznościowych zostaną sformułowane zgodnie z przyjętą strategią komunikacyjną w zakresie marki UPC Polska tj. post o decyzji Prezesa UOKiK będzie opublikowany na tych samych zasadach jak wszystkie inne i z użyciem takiej samej czcionki i wizualizacji jak w przypadku innych postów i wiadomości,

- c) w przypadku zmiany profilu w mediach społecznościowych UPC Polska na wymienionych platformach niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do profili funkcjonujących w czasie zamieszczenia przedmiotowych Komunikatów w mediach społecznościowych na wszystkich profilach pozostających pod jej kontrolą,
- d) w przypadku zmiany nazwy UPC Polska, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Spółki lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej.

Komunikaty w mediach społecznościowych będą dostępne na wymienionych wyżej platformach przez okres **3 miesięcy** od daty ich publikacji.

III.

Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. 2021 r., poz. 275), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na UPC Polska spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I decyzji, karę pieniężną w wysokości **12 585 082 złote (słownie: dwanaście milionów pięćset osiemdziesiąt pięć tysięcy osiemdziesiąt dwa złote)** płatną do budżetu państwa.

IV.

Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. 2021 r., poz. 275), w zw. z art. 83 tej ustawy w zw. z art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2021 r., poz. 735) postanawia się obciążyć UPC Polska spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie kosztami postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 93,6 zł (słownie: dziewięćdziesiąt trzy, 60/100 złote) oraz zobowiązać do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

UZASADNIENIE

[1] Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej również: „Prezes Urzędu” lub „Prezes UOKiK” lub „organ ochrony konsumentów”) przeprowadził postępowanie wyjaśniające wobec UPC Polska w związku z napływającymi od konsumentów skargami dotyczącymi ustalania i pobierania przez Spółkę nieproporcjonalnie wysokiego rozszczenia wynikającego z art. 57 ust. 6 ustawy z dnia 23 lutego 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. z 2022 r. poz. 1648 , dalej również: „Pt”), pod sygn. akt: DOZIK-3.403.2.2021.MGa.

Dowód: postanowienie i zawiadomienie Prezesa Urzędu z 14 maja 2021 r., karta nr: 1-6

[2] Mając na uwadze ustalenia dokonane na etapie postępowania wyjaśniającego, Prezes Urzędu 3 stycznia 2022 r. wszczął postępowanie wobec UPC Polska w sprawie

stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I decyzji.

Dowód: postanowienie Prezesa Urzędu z 3 stycznia 2022 r., karta nr: 1338-1354, zawiadomienie Prezesa Urzędu z 3 stycznia 2022 r., karta nr: 1364-1366

- [3] Spółka przedstawiła swoje stanowisko wobec przedstawionych zarzutów, wskazując, że Prezes Urzędu, kwestionując pozornie wysokość ulgi, w rzeczywistości podważył konstrukcję cennika stosowanego przez Przedsiębiorcę oraz jego swobodę do ustalania wysokości cen świadczonych usług. UPC Polska podkreśliła również, że jej działania były zgodne z wieloletnią praktyką operatorów telekomunikacyjnych akceptowaną przez organ ochrony konsumentów. Przedsiębiorca wyjaśnił, że instytucja ulgi w rozumieniu art. 57 ust. 6 Pt funkcjonuje na rynku usług telekomunikacyjnym od ponad 20 lat, w związku z czym konsumenci prawidłowo identyfikują ulgę jako jeden z elementów pozwalający na osiągnięcie korzystniejszej ceny usług.
- [4] W kontekście powyższego należy zaznaczyć, iż w ramach przywoływanych przez Spółkę postępowań RGD-405-12/11/MLM¹ oraz DDK-405-20/15/MN² Prezes Urzędu weryfikował sposób, w jaki konsumenci byli informowani o promocjach (pierwsze ze wspomnianych postępowań) i przyznanych ulgach (drugie wymienione postępowanie), nie zaś sposób kształtowania kosztów rozwiązania umowy przez Spółkę. Abstrahując od innego przedmiotu postępowań, wbrew twierdzeniom Spółki **praktyka stosowana w latach 2011-2015 oraz jej skutki różniły się od tych kwestionowanych w niniejszym postępowaniu ze względu na niższą wówczas wysokość ulg oraz *******
*****.

Podobne wnioski płyną z postępowania DDK-401-2/14/KA, w którym Prezes Urzędu badał rynek przedsiębiorców telekomunikacyjnych zawierających z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Wysokość ulg wynikająca z umowy przedstawionej w przedmiotowym postępowaniu wyraźnie odbiega od wysokości ulg obecnie stosowanych przez Spółkę.

- [5] Z danych przekazanych przez Spółkę w niniejszym postępowaniu³ wynika, że średnia wartość abonamentu w okresie rozliczeniowym wynosiła ok. ***** zł. Jednocześnie, średnia wartość przyznanej ulgi za pojedynczy okres rozliczeniowy wynosiła ok. ***** zł (por. nb. 36-37 decyzji). Przyznana ulga, na podstawie której kalkulowane jest następnie roszczenie wobec konsumenta wypowiedzającego umowę, stanowi w tym wypadku ponad ***** abonamentu. Analogiczne dane w przypadku wzorców stosowanych przez Spółkę w 2015 r. wynoszą odpowiednio: dla pakietu Filmowy VIP z bonusem (2015-1) - ***** zł (abonament) oraz ***** zł (ulga)⁴, zaś w przypadku

¹ Postępowanie wyjaśniające dotyczyło akcji promocyjnej „Wielki Hit Cenowy” skierowanej do konsumentów w 2011 r.

² Postępowanie wyjaśniające dotyczyło informowania konsumentów o wysokości przyznanej ulgi oraz obowiązku jej zwrotu w razie rozwiązania umowy przed upływem terminu zobowiązania.

³ Dane za 2021 r.

⁴ Suma danych podanych w rubryce V. *Twoje oszczędności* [kolumny: *Miesięczna Stawka w Promocji (w okresie zobowiązania)* oraz *Miesięczna Ulga w Promocji (w okresie zobowiązania)*] dla Pakietu Horizon Max z nagrywką, Fiber Power 250 Mb/s, Minuty Domowe Max, Horizon Go, Pakiet Filmy i Seriale - My Prime, w przeliczeniu na 1 miesiąc

regulaminu Mega Start (2014-1) - ***** zł (abonament) oraz ***** zł (ulga)⁵. Jak już wspomniano powyżej, Prezes Urzędu nie badał wysokości ulg w przywołanych przez Spółkę postępowaniach, ale biorąc pod uwagę przekazane materiały ich wysokość jest na niższym poziomie (w tym również niższym niż suma abonamentów do zapłaty w okresie obowiązywania umowy) niż w materiale dowodowym zebranym w niniejszej sprawie. Nie można zatem mówić, wbrew stanowisku Spółki, o ciągłości praktyki operatora.

Dowód: Regulamin promocji Filmowy VIP z bonusem (2015-1) załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 30 września 2022 r., karta nr 1773-1773; regulamin promocji „Mega Start” (2014-1) z dnia 1 września 2014 r.; zaliczony na poczet materiału dowodowego postanowieniem z dnia 23 września 2022 r., karta nr 1744-1745

- [6] Istotną zmianą od 2015 r. w praktyce Spółki jest również sposób i moment *****

*****6*****
*****7 (karta nr 1621 oraz 1636).

Dowód: Załącznik nr 4 do pisma UPC Polska z dnia 13 kwietnia 2016 r. złożonego w postępowaniu DDK-405-20/15/MN objętego wnioskiem dowodowym Spółki zawartym w piśmie z dnia 12 września 2022 r. karty nr 1609, 1621, 1636.

- [7] Ponadto Przedsiębiorca wskazał, że w warunkach walki konkurencyjnej na nasyconym rynku usług telekomunikacyjnych, kształtuje ceny promocyjne oferowanych usług na poziomie zbliżonym do bezpośrednich konkurentów, celem utrzymania atrakcyjności ekonomicznej swojej oferty dla aktualnych i przyszłych klientów. UPC Polska wyjaśniła również, że na taki sposób kształtowania cen wpływa m.in. analiza zachowań i oczekiwań konsumentów na rynku usług telekomunikacyjnych, których jednym z kluczowych czynników przy wyborze dostawcy usług telekomunikacyjnych **jest czynnik ekonomiczny** (najszerzy katalog usług świadczonych na wysokim poziomie jakościowym za jak najniższą cenę).

- [8] UPC Polska podniosła również, że wskaźniki poziomu rezygnacji (tzw. *churnu*) dla Spółki *****

*****.

Dowód: pismo Spółki z 10 sierpnia 2021 r., karta nr: 1302-1319, pismo Spółki z 28 stycznia 2022 r., karta: nr 1431-1446, pismo Spółki z dnia 19 września 2022 r., karta nr 1730-1723.

- [9] Spółka złożyła wnioszek o wydanie decyzji w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wraz z propozycją zobowiązania. UPC Polska

⁵ Suma danych podanych w rubryce IV. *Twoje oszczędności* (kolumny: *Stawka w promocji* oraz *Ulga w promocji*).
⁶ Kwota roszczenia ***** zł.
⁷ Kwota roszczenia ***** zł.

zaproponowała m.in. zmianę kwestionowanej praktyki *****

*****⁸ (tzn.
w wysokości przewyższającej sumę opłat abonamentowych pozostałych do końca
trwania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych). Ponadto Spółka
zaproponowała *****

[10] Przysporzeniem ***** mieliбы natomiast zostać objęci konsumenci, którzy ***

[11] Dodatkowo Przedsiębiorca zaproponował *****

Dowód: wniosek z 2 czerwca 2022 r., karta nr: 1464-1474, pismo Spółki z 11 lipca 2022 r., karta nr: 1477-1479

[12] Przysporzeniem miałyby zostać objętych:

- ok. ***** osób (grupa wskazana w nb. 9 decyzji) - dane za okres od początku stycznia 2018 r. do końca czerwca 2022 r.,
- ok. ***** osób (grupa wskazana w nb. 10 decyzji) - dane za okres od początku kwietnia 2020 do końca czerwca 2022 r.,
- ok. ***** osób (grupa konsumentów, *****

wskazana w nb. 11 decyzji) - dane szacunkowe za okres od początku 2018 r. do czerwca 2022 r.
- ok. ***** osób (grupa konsumentów, którzy *****

wskazana w nb. 11 decyzji) - dane szacunkowe za okres od początku 2018 r. do czerwca 2022 r.

[13] W ocenie Prezesa Urzędu nie było podstaw do uwzględnienia wniosku o wydanie decyzji zobowiązującej przede wszystkim z uwagi na brak oszacowania a w konsekwencji usunięcia skutków kwestionowanej praktyki wobec potencjalnie największej grupy

⁸ Na gruncie decyzji stosowane są pojęcia: umowa, której zawarcie wiąże się z przyznaniem ulgi, umowa na czas oznaczony, której zawarcie wiąże się z przyznaniem ulgi. Są to pojęcia tożsame z pojęciem stosowanym przez Spółkę *umowa na czas nieokreślony z minimalnym okresem zobowiązania*, bowiem tak nazwana umowa swoim charakterem jest zbliżona do ww. umów. Należy podkreślić, że co do zasady przedsiębiorca nie może wystąpić z roszczeniem wobec kontrahenta za wypowiedzenie umowy zawartej na czas nieoznaczony.

konsumentów dotkniętej naruszeniem, tj. osób, które nie zdecydowały się na wypowiedzenie umowy w obawie przed pobraniem nadmiernie wysokiej opłaty z tego tytułu. Spółka nie podjęła realnej próby oszacowania grupy konsumentów dotkniętych tego rodzaju skutkiem praktyki. Propozycja przysporzeń opisanych w nb. 10 decyzji

[14] Z danych przekazanych przez Spółkę wynika, że w latach 2018-2019 a także w okresach od 1 stycznia 2021 do 31 maja 2021 r.; od 1 czerwca 2021 do 31 grudnia 2021 oraz od 1 stycznia 2022 r. do 30 czerwca 2022 r. UPC Polska zawarła następującą liczbę umów, gdzie suma ulg była wyższa od wartości zawartej umowy (wyliczonych na dzień zawarcia umowy).

01.01.2018 - 31.12.2018	01.01.2019 - 31.12.2019	01.01.2020 - 31.12.2020	01.01.2021 - 31.05.2021	01.06.2021 - 31.12.2021	01.01.2022 - 30.06.2022
****	****	****	****	****	****

Dowód: pismo Spółki z 19 września 2022 r. karta nr 1730-1723

[15] Szacunki Spółki co do skutków praktyki (w szczególności przysporzeń opisanych w nb. 10 czyli **** osób) na tle liczby konsumentów potencjalnie dotkniętych naruszeniem są nieadekwatne. Jednocześnie zaproponowane na końcowym etapie uzupełnienie przysporzenia o ***** osób, podobnie jak przysporzenie opisane w nb. 10, w ogóle oderwane jest od kosztów poniesionych przez konsumentów wskutek kontynuowania umowy.

Opracowanie własne na podstawie danych przekazanych przez UPC Polska:

Przedmiot rekompensaty	Liczba uprawnionych (dane za okres)	Odsetek uprawnionych zawartych w stosunku do umów ⁹ gdzie suma ulg była wyższa od wartości zawartej umowy (wyliczonych na dzień zawarcia umowy) zawartych w 01.2018-06.2022
***** (grupa wskazana w nb. 10 decyzji)	ok. **** osób (01.2018-06.2022)	0,02%
***** (grupa konsumentów, którzy ***** ***** ***** ***** wskazana w nb. 11 decyzji,	ok. **** osób (01.2018-06.2022)	0,95%

⁹ Należy zwrócić uwagę, że przekazana liczba zawartych umów może być większa niż liczba osób związanych kontraktem ze Spółką (konsument może mieć kilka umów), w przedmiotowym okresie mogło ponadto dojść do wygaśnięcia starej i zawarcia nowej umowy.

przysporzenie częściowo usuwające skutki)		
---	--	--

- [16] Podkreślenia wymaga, że skutek „odstraszenia” konsumentów od rozwiązania tak skonstruowanych umów mógł wystąpić w odniesieniu do każdego z kontraktów, o których mowa w nb. 13 niniejszej decyzji. Konsument, którzy je zawarli, mogli zdecydować się na utrzymywanie aktywnej umowy tylko ze względu na to, że na skutek zastosowanej praktyki rozwiązanie umowy byłoby dużo bardziej niekorzystne (z jednej strony nie wiedząc, że opłaty mogłyby zostać znacząco obniżone w wyniku reklamacji, a z drugiej nie mając gwarancji w momencie składania wypowiedzenia, że uzyskaliby redukcję opłat - por. nb. 99-110).
- [17] Przeanalizowane w toku postępowania reklamacje i sygnały od konsumentów wskazują, że w wielu przypadkach po podjęciu działań zmierzających do wypowiedzenia umowy konsumenci odstępowali od rezygnacji w związku z uzyskaniem informacji o konieczności poniesienia wysokich konsekwencji finansowych wypowiedzenia umowy. Spółka nie przedstawiła propozycji zobowiązania, która usuwałaby skutki wobec tej grupy konsumentów. Wysokość oferowanych przysporzeń

*****¹⁰, por. nb. 38-39 decyzji). Tymczasem z przekazanych przez Spółkę reklamacji wynika, że niejednokrotnie po próbie wypowiedzenia umowy konsumenci pozostawali abonentami Spółki przez dłuższy czas.
- [18] Niezależnie od tego na ocenę Prezesa Urzędu wpłynęły również wątpliwości co do rzetelności danych przekazywanych przez Spółkę. Spółka w toku postępowania kilkakrotnie modyfikowała przekazywane dane dotyczące liczby konsumentów dotkniętych praktykom, w szczególności na końcowym etapie postępowania.
- Dowód: pismo Spółki z dnia 12 września 2022 r., karta nr: 1673-1587; pismo Spółki z dnia 19 września 2022 r., karta nr: 1699-1722*
- [19] Prezes Urzędu wyrażał wątpliwości w zakresie przekazywanych przez Spółkę informacji dotyczących liczby uprawnionych konsumentów m.in. w zawiadomieniu z dnia 19 sierpnia 2022 r. Po otrzymaniu zawiadomienia o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w sprawie (zawiadomienie z dnia 2 września 2022 r.), Spółka zmodyfikowała dane dotyczące liczby uprawnionych abonentów w piśmie z dnia 19 września 2022 r. UPC Polska nie wyjaśniła zasadniczych przyczyn rozbieżności.
- [20] Spółce zostało przedstawione szczegółowe wyjaśnienie stanowiska Prezesa Urzędu dotyczące nieprzyjęcia propozycji zobowiązania.
- Dowód: pismo Prezesa Urzędu z dnia 19 sierpnia 2022 r., karta nr: 1511-1513, pismo Spółki z 21 czerwca 2021 r. karta nr: 32-38, pismo Spółki z 28 stycznia 2022 r. karta nr: 1413-1446, pismo Spółki z 19 września 2022 r. karta nr 1730-1723*
- [21] Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2021 r., poz. 735, dalej również: „kpa”), pismem z dnia 5 września 2022 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu

¹⁰ Dane za rok 2021.

postępowania dowodowego, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy. Pełnomocnik Spółki zapoznawał się z aktami sprawy w dniach 5 września 2022 r. oraz 27 września 2022 r.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny

[22] UPC Polska spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie jest wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000273136.

Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi pełnemu z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego UPC Polska spółka w ograniczoną odpowiedzialnością, stan na 21 stycznia 2022 r., karty nr 1395-1409

[23] Prezes Urzędu ustalił, że Przedsiębiorca świadczy usługi w zakresie telewizji kablowej, telefonii stacjonarnej oraz dostępu do Internetu, które stanowią usługi telekomunikacyjne objęte reżimem ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne. Spółka jest wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych pod nr 111.

1. Udzielanie ulg przez UPC Polska

[24] W toku postępowania organ ochrony konsumentów ustalił na podstawie wyjaśnień Przedsiębiorcy, że przy zawieraniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych Spółka udziela konsumentom ulg w rozumieniu art. 57 ust. 6 Pt, zgodnie z którym: *„w przypadku zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w tym o zapewnienie przyłączenia do publicznej sieci telekomunikacyjnej, związanego z ulgą przyznaną abonentowi, wysokość roszczenia z tytułu jednostronnego rozwiązania umowy przez abonenta lub przez dostawcę usług z winy abonenta przed upływem terminu, na jaki umowa została zawarta, nie może przekroczyć wartości ulgi przyznanej abonentowi pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania. Roszczenie nie przysługuje w przypadku rozwiązania przez konsumenta umowy przed rozpoczęciem świadczenia usług, chyba że przedmiotem ulgi jest telekomunikacyjne urządzenie końcowe”*.

Dowód: pismo Spółki z 21 czerwca 2021 r. karta nr: 32-38, pismo Spółki z 24 czerwca 2021 r. karta nr: 40-51, pismo Spółki z 18 stycznia 2022 r., karta nr: 1381-1393


[25] Prezes Urzędu ustalił przy tym, że informacje dotyczące przyznanych konsumentom ulg są wskazywane w **regulaminach promocji** stanowiących załączniki do umowy. Znajdują się w nich następujące informacje: kategoria, usługa, okres zobowiązania, opłata abonamentowa bez promocji, opłata abonamentowa w promocji, miesięczna wartość ulgi, łączna wartość ulgi w okresie zobowiązania.

[26] Poniżej przedstawiono przykładowy regulamin promocji, w oparciu o który zawarto umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych¹¹ z konsumentem w dniu 22 kwietnia

¹¹ Przez zawarcie umowy na gruncie niniejszego postanowienia należy rozumieć także zmianę jej warunków, zwaną także przedłużaniem lub aneksowaniem umowy.

2021 r. (warunki promocji „Twój Happy Home XVII (2021-2)” stanowiące część umowy abonenckiej). W innych regulaminach promocji sposób przedstawienia wspomnianych informacji wygląda analogicznie.

Warunki Promocji 'Twój Happy Home XVII (2021-2)'
stanowiące część Umowy Abonenckiej



I. W Promocji otrzymujesz

1. Ulgę na wybrane w Promocji Usługi w trakcie całego Okresu Zobowiązania,
2. Ulgę na Usługę dodatkową Horizon GO
3. Dodatkową ulgę za Zgodę na Rachunek Elektroniczny oraz Zgodę Marketingową.

II. Twoje opłaty abonamentowe

Przy wyborze dwóch usług - Usługi Telewizji Cyfrowej wraz z Usługą Internetową:

Kategoria	Usługa	Okres Zobowiązania	Opłata abonamentowa bez Promocji	Opłata abonamentowa w Promocji	Miesięczna wartość ulgi	Łączna wartość ulgi w Okresie Zobowiązania
Telewizja cyfrowa	PAKIET HORIZON MAX Z NAGRYWARKĄ	24 mies.	131,00 zł	od 1 do 24 mies. 53,99 zł od 25 mies. 58,99 zł	od 1 do 24 mies. 77,01 zł od 25 mies. 72,01 zł	1 848,24 zł
Usługa dodatkowa	USŁUGA HORIZON GO / UPC TV GO	24 mies.	4,99 zł	od 1 mies. 0,00 zł	od 1 mies. 4,99 zł	119,76 zł
Internet stacjonarny	INTERNET ŚWIATŁOWODOWY DO 500 MB/S	24 mies.	300,00 zł	od 1 mies. 41,02 zł	od 1 mies. 258,98 zł	6 215,52 zł

Z dniem 01.04.2021 r. zmianie ulega nazwa usługi Horizon GO na UPC TV GO. Wszystkie parametry i warunki usługi pozostają bez zmian.

Zrzut 1 Fragment regulaminu: warunki promocji „Twój Happy Home XVII (2021-2)” stanowiące część umowy abonenckiej, zrzut ekranu z dnia 6.05.2022 r.

*Dowód: załącznik nr 2 (płyta CD) do pisma z dnia 28 stycznia 2022 r., Folder „Pytanie nr 9”, Folder „22.04.2021 Umowy”, Folder ***** , ID nr ***** , karta nr 1413*

2. Rodzaj i liczba zawieranych umów przez UPC Polska

[27] Na podstawie przedstawionych w toku postępowania wyjaśnień Prezes Urzędu ustalił, że UPC Polska w okresie od 1.01.2020 r. do 24.05.2021 r. zawierała:

- ***** ,
- ***** ,
- ***** .

Dowód: Pismo Spółki z dnia 24 czerwca 2021 r., karta nr: 40-51

[28] W toku postępowania Prezes Urzędu wzywał Spółkę do przekazania informacji dotyczących ilości umów zawartych z konsumentami. UPC Polska przekazała ww. informacje w piśmie z dnia 6 sierpnia 2021 r.¹² W piśmie z dnia 19 września 2022 r., po otrzymaniu zawiadomienia Prezesa Urzędu dotyczącego zakończenia zbierania

¹² Por. pismo Spółki z dnia 6 sierpnia 2021 r., karta nr 822-830.

materiału dowodowego w sprawie, Spółka przedłożyła pismo, w którym skorygowała uprzednio przekazane dane.

[29] Biorąc pod uwagę występujące w toku postępowania korekty danych przekazywanych przez Spółkę Prezes Urzędu przyjął iż najbardziej zbliżonymi do rzeczywistego stanu faktycznego danymi będą dane przekazane przez Spółkę w piśmie z dnia 19 września 2022 r. (tj. dane skorygowane). Na podstawie tych danych ustalono, iż w okresie od stycznia 2018 r. do maja 2021 r. UPC Polska zawarła następujące rodzaje i liczbę umów:

Wiersz nr	Wyszczególnienie		Okres			
			01.01.2018 - 31.12.2018	01.01.2019 - 31.12.2019	01.01.2020 - 31.12.2020	01.01.2021 - 31.05.2021
1.	Liczba wszystkich umów zawartych w danym okresie		*****	*****	*****	*****
2.	W tym:	Liczba umów zawartych na czas nieoznaczony z promocyjnym okresem zobowiązania ¹³	*****	*****	*****	*****
3.		Liczba umów zawartych na czas nieoznaczony bez promocyjnego okresu zobowiązania	*****	*****	*****	*****
4.		Liczba umów zawartych na czas oznaczony (określony) z promocyjnym okresem zobowiązania			*****	*****
5.		Liczba umów zawartych na czas oznaczony (określony) bez promocyjnego okresu zobowiązania				
6.		Inne rodzaje umów: Umowy na czas nieoznaczony bez promocyjnego okresu zobowiązania, ale z przyznanym rabatem	*****	*****	*****	*****

Tabela 1. Liczba umów zawartych przez UPC Polska w okresie 01.01.2018-31.12.2018 r., 01.01.2019-31.12.2019 r., 01.01.2020-31.12.2020 r. oraz 01.01.2021-31.05.2021 r.

Dowód: pismo Spółki z dnia 19 września 2022 r., karta nr 1730-1723

[30] W okresie od czerwca do grudnia 2021 oraz od stycznia 2022 r. do lipca 2022 r. powyższe dane przedstawiają się następująco:

¹³ Rozwiązanie wskazanych w tym punkcie umów wiąże się z możliwością dochodzenia roszczenia z art. 57 ust. 6 Pt.

Wiersz nr	Wyszczególnienie		Okres	
			01.06.2021 - 31.12.2021	01.01.2022 - 30.06.2022
1.	Liczba wszystkich umów zawartych w danym okresie		****	****
2.	W tym:	Liczba umów zawartych na czas nieoznaczony z promocyjnym okresem zobowiązania ¹⁴	****	****
3.		Liczba umów zawartych na czas nieoznaczony bez promocyjnego okresu zobowiązania	****	****
4.		Liczba umów zawartych na czas oznaczony (określony) z promocyjnym okresem zobowiązania	****	****
5.		Liczba umów zawartych na czas oznaczony (określony) bez promocyjnego okresu zobowiązania		
6.		Inne rodzaje umów: Umowy na czas nieoznaczony bez promocyjnego okresu zobowiązania, ale z przyznanym rabatem	****	****

Tabela 1. Liczba umów zawartych przez UPC Polska w okresie 01.06.2021-31.12.2021 r., 01.01.2022-30.06.2022 r.

Dowód: pismo Spółki z dnia 19 września 2022 r., karta nr 1730-1723

[31] Na podstawie wskazanych wyżej danych Prezes Urzędu ustalił, że odsetek umów zawartych¹⁵ bez promocji w opłatach abonamentowych (tzn. po cenach cennika bazowego dla każdej z usług, których dotyczyła umowa) przez Spółkę w latach 2018-2020 wynosił od ***% do ***%, w okresie styczeń-maj 2021 r. odsetek ten wynosił ***% zaś w okresach czerwiec-grudzień 2021r., styczeń-czerwiec 2022 r. wynosił odpowiednio ***% i ***%. **Oznacza to, że ***** umów zawierana była na warunkach „promocyjnych”.**

[32] Ponadto na podstawie danych przedstawionych przez Spółkę ustalono, że wśród umów zawartych na zasadach promocji ***** wzięła się, w razie przedterminowego rozwiązania umowy przez konsumenta bądź z jego winy, z powstaniem roszczenia, o którym mowa w art. 57 ust. 6 Pt - w latach 2018-2020

¹⁴ Rozwiązanie wskazanych w tym punkcie umów wiąże się z możliwością dochodzenia roszczenia z art. 57 ust. 6 Pt.

¹⁵ Jak już wskazano powyżej obejmuje również umowy przedłużone.

odsetek takich umów w stosunku do wszystkich umów zawartych w danym czasie wynosił od *** % do *** %, w okresie styczeń-maj 2021 r. wyniósł *** %, zaś w okresach czerwiec-grudzień 2021 r., styczeń-czerwiec 2022 r. wynosił odpowiednio *** % i *** %.

Dowód: pismo Spółki z 6 sierpnia 2021 r., karta nr 822-830, pismo Spółki z dnia 19 września 2022 r., karta nr 1730-1723, załącznik do pisma przewodniego Departamentu Analiz Rynku 22 grudnia 2021 r. „Stanowisko Departamentu Analiz Rynku dotyczące stosowanych przez UPC Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie opłat oraz wynikających z nich roszczeń”, karta nr 1329-1335.

- [33] Prezes Urzędu ustalił, że w okresie styczeń 2020 - grudzień 2020 r. rozwiązano ***** umów, w których wartość roszczenia (obliczonego jako suma ulg w okresie, na jaki została zawarta umowa) była wyższa od wartości zawartej umowy (obliczonej jako suma należnych opłat abonamentowych w okresie na jaki została zawarta umowa). W okresie od styczeń 2021 r. do maj 2021 r. liczba takich umów wyniosła ***** zaś w okresach czerwiec-grudzień 2021 r., styczeń-czerwiec 2022 r. wynosił odpowiednio ***** i *****.

Dowód: pismo Spółki z 10 sierpnia 2021 r., karta nr: 1301-1319, pismo Spółki z dnia 19 września 2022 r., karta nr 1730-1723.

3. Wysokość udzielonej ulgi będącej podstawą do kalkulacji roszczenia wynikającego z art. 57 ust. 6 Pt

- [34] Prezes Urzędu ustalił na podstawie wyjaśnień UPC Polska, że w znacznej większości umów zawartych na zasadach promocji, w przypadku których rozwiązanie umowy wiązało się z powstaniem roszczenia, o którym mowa w art. 57 ust. 6 Pt, wartość maksymalnego roszczenia¹⁶, tj. roszczenia, które powstałyby w sytuacji wypowiedzenia przez konsumenta umowy w pierwszym dniu jej obowiązywania, była wyższa od wartości zawartej umowy¹⁷ wliczonej na dzień zawarcia umowy. Odsetek takich umów w stosunku do wszystkich umów zawartych na zasadach promocji, których rozwiązanie wiązało się z powstaniem roszczenia, o którym mowa w art. 57 ust. 6 Pt w roku 2018 wynosił *** %, w 2019 roku *** %, w 2020 roku *** %, w okresie styczeń-maj 2021 roku *** % zaś w okresie czerwiec-grudzień 2021 styczeń-czerwiec 2022 wynosił odpowiednio *** % i *** %. Oznacza to tym samym, że wartość przyznanej ulgi¹⁸ we wskazanym powyżej odsetku umów była wyższa niż wartość samych umów (w rozumieniu sumy opłat abonamentowych, które musi opłacić konsument w okresie trwania umowy). Oznacza to również, że zgodnie z podpisaną umową, konsument zobowiązany byłby zapłacić więcej w przypadku rozwiązania umowy niż w przypadku pozostania klientem do końca trwania umowy.

- [35] Prezes Urzędu ustalił ponadto, że odsetek umów, w których suma udzielonych ulg w okresie, na jaki zawarto umowę, była wyższa od sumy opłat w okresie, na jaki zawarto umowę, w stosunku do wszystkich umów zawartych przez Spółkę

¹⁶ Obliczonego jako suma ulg w okresie, na jaki została zawarta umowa.

¹⁷ Obliczonej jako suma należnych opłat abonamentowych w okresie, na jaki została zawarta umowa.

¹⁸ Wartość przyznanej ulgi na usługi główne i dodatkowe.

w analizowanym okresie (styczeń 2018 r. - maj 2021 r.) - wynosił dla poszczególnych grup¹⁹ od: *** % do *** %, co świadczy o bardzo dużej skali zjawiska.

Dowód: pismo Spółki z dnia 6 sierpnia 2021 r., karta nr 822-830, pismo Spółki z 10 sierpnia 2021 r., karta nr: 1301-1319, pismo Spółki z dnia 19 września 2022 r., karta nr 1730-1723.załącznik do pisma przewodniego Departamentu Analiz Rynku z dnia 22 grudnia 2021 r. „Stanowisko Departamentu Analiz Rynku dotyczące stosowanych przez UPC Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie opłat oraz wynikających z nich roszczeń”, karta nr 1329-1335

[36] Prezes Urzędu ustalił również, że dla umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych z promocyjnym okresem zobowiązania zawartych w 2020 r.:

- średnia wartość abonamentu w okresie rozliczeniowym wynosiła ok. ***** zł,
- średnia wartość przyznanej ulgi wynosiła:
 - za cały okres zobowiązania ok. ***** zł,
 - za pojedynczy okres rozliczeniowy ok. ***** zł,
- średnia liczba miesięcy pozostałych do zakończenia umowy w momencie jej wypowiedzenia przez konsumenta lub z winy konsumenta wynosiła - ** miesiący,
- średnia wartość dochodzonego od konsumenta roszczenia z art. 57 ust. 6 Pt wynosiła - ok. ***** zł.

Dowód: pismo Spółki z 2 lipca 2021 r., karta nr: 63-74

[37] Analogiczne dane w roku 2021 przedstawiały się następująco:

- średnia wartość abonamentu w okresie rozliczeniowym wynosiła ok. ***** zł,
- średnia wartość przyznanej ulgi wynosiła:
 - za cały okres zobowiązania ok. ***** zł,
 - za pojedynczy okres rozliczeniowy ok. ***** zł,
- średnia liczba miesięcy pozostałych do zakończenia umowy w momencie jej wypowiedzenia przez konsumenta lub z winy konsumenta wynosiła - ** miesiący,
- średnia wartość dochodzonego od konsumenta roszczenia z art. 57 ust. 6 Pt wynosiła - ok. ***** zł.

Dowód: pismo Spółki z dnia 29 sierpnia 2022 r., karta nr 1515-1535

[38] Poniżej przedstawione zostały w formie wykresu informacje na temat liczby zawartych przez UPC Polska umów w danym okresie, z wyszczególnieniem umów zawartych w ramach promocji, w tym umów, na podstawie których przysługiwało roszczenie

¹⁹ Tj. roku 2018; 2019 i 2020 a także okresów styczeń-maj 2021; czerwiec-grudzień 2021 oraz styczeń-czerwiec 2022.

wystąpi o zapłatę roszczenia w wysokości przyznanej ulgi w całym okresie zobowiązania, pomniejszonej proporcjonalnie za okres korzystania z usług.”

Poniżej przedstawiono zrzut ekranu przedstawiający informacje, które pojawiają się po kliknięciu w hiperłącze znajdujące się w wyrażeniu: „przyznanej ulgi”:

7. Opłata za wcześniejsze rozwiązanie umowy

W przypadku rozwiązania umowy w trakcie okresu zobowiązania promocyjnego, UPC wystąpi o zapłatę roszczenia w wysokości przyznanej ulgi w całym okresie zobowiązania, pomniejszonej proporcjonalnie za okres korzystania z usług.

[zwiń wszystkie](#)

Ile zapłacę za wcześniejsze rozwiązanie umowy

W przypadku [rozwiązania umowy](#) w trakcie okresu zobowiązania promocyjnego, wystąpimy o zapłatę roszczenia w wysokości przyznanej ulgi w całym okresie zobowiązania. Kwotę pomniejszymy proporcjonalnie za okres, w którym świadczyliśmy usługi (zgodnie z §2 ust.3 Ogólnych Warunków Umowy Abonenckiej).

1. Jak wyliczyć kwotę do zwrotu

Wzór do wyliczenia kwoty ulgi do zwrotu:

Liczba dni pozostałych do końca zobowiązania : Całkowita liczba dni zobowiązania x Ulga udzielona w całym okresie zobowiązania dla wszystkich usług

Całkowita wartość ulgi jest wyszczególniona w regulaminie danej promocji, w sekcji Twoje Oszczędności.

Przykład:

- podpisałeś umowę na 12 miesięcy, okres zobowiązania to 365 dni (całkowita liczba dni zobowiązania)
- ulga udzielona w całym okresie zobowiązania (znajduje się w sekcji Twoje Oszczędności w Regulaminie Promocji) to 1000 zł
- korzystałeś z usług 300 dni - liczba dni pozostałych do końca zobowiązania to 65 dni (365-300=65 dni)

65 dni : 365 dni x 1000 zł = 178,08 zł

Szczegółowe informacje o kwocie roszczenia na dzień rozwiązania Umowy Abonenckiej możesz uzyskać:

przez [formularz](#)
telefonicznie - 813 [\[pokaż numer\]](#)
przez [czat](#)

2. Kiedy UPC może dochodzić zapłaty roszczenia

Mamy prawo do dochodzenia zapłaty roszczenia w sytuacji:

- rozwiązania przez Ciebie Umowy Abonenckiej przed upływem okresu zobowiązania promocyjnego
- rozwiązania Umowy Abonenckiej przez nas z Twojej winy przed upływem okresu zobowiązania

Zrzut 2. Widok informacji wyświetlających się po kliknięciu w hiperłącze znajdujące się z punkcie 7 „Opłata za wcześniejsze rozwiązanie umowy” - „przyznanej ulgi”, źródło: strona internetowa upc.pl, zrzut ekranu z dnia 7.07.2022 r.

Gdy konsument sam składa rezygnację, jest informowany o wysokości ulgi na dzień wypowiedzenia umowy w następujący sposób:

- *****
***** ,
- ***** ,
- *****
***** ,
- *****
***** .



W razie wypowiedzenia umowy przez UPC Polska z winy klienta, konsument jest informowany o wysokości ulg w następujący sposób:

- *****

- *****

- *****

Dowód: pismo Spółki z 24 czerwca 2021 r., karta nr: 40-51

5. Obciążanie konsumentów roszczeniem z art. 57 ust. 6 Pt

[41] Prezes Urzędu ustalił, że odsetek umów rozwiązanych w okresie: 1.01.2020-31.12.2020 r. oraz 1.01.2021-31.05.2021 r., w ramach których *****
***** w związku z przysługującym Spółce roszczeniem (na podstawie art. 57 ust. 6 Pt) w stosunku do wszystkich umów rozwiązanych w danym okresie, w ramach których przysługiwało ww. roszczenie, wynosił w 2020 r. *** %, zaś w 2021 r. *** %. W ww. okresie w *****

Dowód: pismo Spółki z 10 sierpnia 2021 r., karta nr: 1301-1319

[42] Poniżej przedstawiono zestawienie danych z przykładowych reklamacji konsumentów przekazanych przez Spółkę, którzy otrzymali informację, że w związku z rezygnacją z umów zostaną obciążeni zwrotem następujących kwot.

l.p.	Reklamacje z dni	Numer konsumenta	ID	Wysokość roszczenia podlegająca zwrotowi na dzień rezygnacji z umowy, o której konsument został poinformowany	Kwota po uwzględnieniu reklamacji (kwota, którą konsument rzeczywiście został obciążony)
1.	8-14.06.2020	*****		*****	*****
2.		*****		*****	*****
3.	8-14.12.2020	*****		*****	*****
4.		*****		*****	*****
5.	8-14.03.2021	*****		*****	*****
6.		*****		*****	*****
7.		*****		*****	*****
8.		*****		*****	*****



9.		*****	*****	*****
10.	8-14.01.2022	*****	*****	*****
11.		*****	*****	*****
12.	8-14.05.2022	*****	*****	*****
13.		*****	*****	*****

Tabela 2. Informacja o wysokości roszczenia na dzień rezygnacji z umowy i kwota po uwzględnieniu reklamacji (na podstawie korespondencji reklamacyjnej otrzymanej od UPC Polska).

Dowód: załącznik do pisma Spółki z dnia 21 czerwca 2021 r. (CD), folder „Pytanie 11”), karta nr: 31; załącznik do pisma Spółki z dnia 29 sierpnia 2022 r. (CD), folder „Pytanie 11”), karta nr: 1514

[43] Jak wynika z powyższej tabeli, w wyniku składania przez konsumentów reklamacji, Spółka zmniejszała naliczone roszczenie bądź odstępowała od jego pobrania.

Dowód: załącznik do pisma Spółki z dnia 21 czerwca 2021 r. (CD), folder „Pytanie 11”), karta nr: 31; załącznik do pisma Spółki z dnia 29 sierpnia 2022 r. (CD), karta nr: 1514

[44] W toku postępowania ustalono, że wartość najwyższego roszczenia **naliczonego** konsumentom²¹ dla umów rozwiązanych w 2020 r. wyniosła *****zł²². Podkreślenia wymaga, że średnia miesięczna wartość abonamentu w trakcie trwania tej umowy to ***** zł. Suma opłat abonamentowych, które konsument musiałby ponieść w czasie trwania tej umowy to ok. ***** zł (konsument zrezygnował w 4 miesiącu umowy - umowa zawarta na 24 miesiące). Natomiast w 2021 r. (do 31.05.2021 r.) była to kwota ***** zł. Średnia miesięczna wartość abonamentu w trakcie trwania tej umowy to ***** zł. Gdyby konsument kontynuował umowę to musiałby zapłacić łącznie ok. ***** zł (konsument zrezygnował w 16 miesiącu trwania umowy zawartej na 24 miesiące).

Dowód: pismo Spółki z dnia 10 sierpnia 2021 r. karta nr: 1302-1319, pismo Spółki z dnia 18 stycznia 2022 r., karta nr: 1381-1393

[45] Pomimo wskazanych powyżej okoliczności, tj. ***** (por. nb. 41-42 decyzji), zdarzały się sytuacje, w których **obciążano** konsumentów zwrotem ulg w **znacznej wysokości**. Poniżej przedstawiono zestawienie przykładowych reklamacji konsumentów przekazanych przez Spółkę, których obciążono zwrotem następujących kwot²³:

²¹ Naliczone roszczenie - roszczenie, które Spółka jedynie naliczyła (lecz nie pobrała) konsumentowi w związku z zakończeniem umowy przed terminem, na jaki została zawarta.

²² Podane wartości dotyczą umów, a nie poszczególnych konsumentów - w praktyce konsumenci mogli zawrzeć (i faktycznie zawierali) więcej niż jedną umowę z przedsiębiorcą (np. usługa dostępu do internetu + wybrany pakiet telewizyjny), przez co roszczenie przypadające na jednego konsumenta mogło być większe.

²³ Z korespondencji przekazanej przez Spółkę w odpowiedzi na reklamacje wynika, że są to reklamacje rozpatrzone negatywnie, a zatem, że ostatecznie UPC Polska obciążyła konsumentów zwrotem opłat w tej wysokości.

l.p.	Reklamacje z dni	Numer ID konsumenta	Wysokość roszczenia, którym obciążono konsumenta
1.	8-14.06.2020	*****	****
2.		*****	****
3.	8-14.12.2020	*****	****
4.		*****	****
5.	8-14.03.2021	*****	****

Tabela 3. Wysokość roszczenia, którym obciążano konsumentów (na podstawie korespondencji reklamacyjnej otrzymanej od UPC Polska)

Dowód: załącznik do pisma Spółki z 21 czerwca 2021 r. (CD), folder „Pytanie 11”, karta nr: 31

- [46] W toku postępowania ustalono, że wartość najwyższego roszczenia pobranego od konsumentów dla umów rozwiązanych w 2020 r. wyniosła ***** zł. Średnia miesięczna wartość abonamentu w trakcie trwania tej umowy to **** zł. Suma opłat abonamentowych w trakcie trwania całej umowy to około **** zł. Natomiast w 2021 r. wartość najwyższego pobranego roszczenia to ***** zł. Średnia miesięczna wartość abonamentu w trakcie trwania tej umowy to **** zł. Gdyby konsument kontynuował umowę to musiałby zapłacić łącznie ok. **** zł (konsument zrezygnował w 16 miesiącu trwania umowy zawartej na 24 miesiące).

Dowód: pismo Spółki z 10 sierpnia 2021 r. karta nr 1302-1319, pismo Spółki z 18 stycznia 2022 r., karta nr 1381-1393

6. Reklamacje konsumentów

- [47] Spółka wskazała, że w okresie od dnia 1.04.2020 r. do dnia 24.05.2021 r. otrzymała ***** reklamacji bądź sygnałów dotyczących pobierania roszczenia, o którym mowa w art. 57 ust. 6 Pt. Z kolei od dnia 1.06.2021 r. do dnia 4.01.2022 r. UPC Polska otrzymała ***** reklamacji we wspomnianym wyżej zakresie. Przedsiębiorca podkreślił jednak, że wspomniana liczba reklamacji bądź sygnałów dotyczy wszystkich kwestii związanych z dochodzeniem od konsumentów proporcjonalnej równowartości przyznanej ulgi, a nie tylko reklamacji, w których była kwestionowana przez konsumentów wysokość określonej w umowie naliczonej ulgi.

Dowód: pismo Spółki z dnia 21 czerwca 2021 r. karta nr: 32-38, pismo Spółki z dnia 28 stycznia 2022 r., karta nr: 1413-1446

- [48] Na podstawie przekazanych przez UPC reklamacji Prezes Urzędu ustalił, że część konsumentów kontynuowała umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych, by nie ponosić wysokich kosztów związanych ze zwrotem przyznanej ulgi. Poniżej fragmenty wspomnianych reklamacji, w których zachowano pisownię oryginalną (podkreślenia własne):

1. Reklamacja konsumenta nr ***** (reklamacja złożona przez pełnomocnika, rozpatrzona pozytywnie):

„(...) mój klient (...) w grudniu 2019 r. zawarł z UPC świadczenia dostawy internetu i Tv. Pierwotnie adresem świadczenia usług była lokalizacja (...). Potem mój klient przeprowadził się na ulicę (...). Niemniej we wskazanej lokalizacji nie było możliwości realizacji zlecenia. Mój mocodawca usilnie starał się nawiązać z Państwem kontakt i z uwagi na powyższe zrezygnować z usługi. Poinformowano go, że w takim przypadku zostanie obciążony karą umowną. Mając na uwadze powyższe Pan (...) nie zrezygnował z usługi i mimo braku możliwości korzystania z UPC postanowił płacić rachunki (...)” [pismo z 26.05.2020 r.],

2. Reklamacja konsumentki o numerze *** (reklamacja rozpatrzona negatywnie):**

„Opis zgłoszenia:

kl przeprowadziła się na adres gdzie nie ma sieci upc. Zrezygnowała z usług ale gdy dowiedziała się o karze odstąpiła od rezygnacji. Jednak na adresie na którym miały usługi ktoś inny chce korzystać z upc. Prosi o rozwiązanie umowy bez kary bądź obniżenie tej kary. Klientka podczas rozmowy z konsultantem przy wprowadzaniu oferty dostała informację, że usługi można przenieść, konsultant nie poinformował, że potrzebne jest nasze okablowanie na nowym adresie

Oczekiwanie Klienta:

Odstąpienie bez kar umownych” [zgłoszenie z 8.06.2020 r.],

3. Reklamacja konsumenta o numerze *** (reklamacja rozpatrzona pozytywnie):**

„Dzień dobry,

w dniu 8 czerwca otrzymałam sms z informacją o konieczności zwrócenia sprzętu oraz naliczeniu roszczenia w wysokości 1153,2. Ponieważ w wyniku sprzedaży mieszkania nie mogliśmy kontynuować umowy, a nowi właściciele nie byli zainteresowani kontynuacją umowy, postanowiliśmy płacić abonament do końca trwania umowy, ta opcja była tańsza od zapłacenia jednorazowej "kary" za wcześniejsze zerwanie umowy. Wszystko było dobrze do poniedziałku kiedy to otrzymałem informację o zerwaniu naszej umowy. W tej sytuacji proszę o odstąpienie od zapłaty roszczenia, a ja oczywiście oddam sprzęt” [zgłoszenie z 12.06.2020 r.],

Z korespondencji przekazanej przez UPC Polska wynika, że konsument chciał wypowiedzieć umowę 13.03.2020 r., ale odstąpił od tego 8.04.2020 r., w wyniku nieuznania jego reklamacji (odpowiedź na zgłoszenie *****). To Spółka rozwiązała umowę z konsumentem (zgłoszenie się osoby dysponującej prawem do lokalu), w związku z czym naliczono konsumentowi opłatę za zerwanie warunków umowy.

4. Reklamacja konsumentki o numerze *** (reklamacja rozpatrzona pozytywnie):**

„(...) Umowa została zawarta na adres znajdujący się przy ul. (...). Następnie w związku z wyprowadzką zmieniłam adres świadczenia usługi na (...). W drugiej lokalizacji przebywałam do października 2020 roku po czym zakończył się okres wynajmowania, a tym samym straciłam prawo do lokalu. Konsultowałam się w tej

sprawie z przedstawicielami UPC w salonie, którzy przedstawili mi dwa rozwiązania: płacę karę za zerwanie umowy bądź nadal płacę comiesięczną stawkę za internet. Zdecydowałam się nadal opłacać faktury. Niestety nie mogłam przenieść usługi, ponieważ w miejscu, którym obecnie zamieszkuję UPC nie ma zasięgu. Faktury w kwocie 80 zł opłacałam przez kolejne miesiące bez zwłoki tj. październik, listopad, grudzień, styczeń, luty. (...)” [pismo z 8.03.2021 r.],

5. Pismo konsumenta o numerze *** (reklamacja finalnie rozpatrzona pozytywnie):**

„Z powodów rodzinnych zmuszony jestem do przeprowadzki do (...). 15.02.2020 zadzwoniłem pod nr 813 813 813 z prośbą o przeniesienie świadczonych usług do (...). Pani, która odebrała telefon powiedziała, że pod podanym adresem nie ma możliwości świadczenia usług, oraz że z powodu zerwania obowiązującej do września umowy będę musiał płacić karę. Na pytanie w jakiej wysokości, odpowiedziała, że niedużo, bo do końca umowy pozostało 6 miesięcy i kara ta będzie wynosiła 1200 zł. To dla mnie drakońsko wysoka kara, w sytuacji gdy ostatnia moja wypłata wynosiła poniżej 2100 zł (...). Dla mnie taniej byłoby płacić normalnie do końca umowy, bo przy obecnych pakietach zapłaciłbym niespełna 810 zł. (...) Żeby było jasne, to w razie niepomyślnego dla mnie rozstrzygnięcia mojej prośby, jestem gotów płacić za usługi (...), gdyż byłoby to korzystniejsze finansowo dla mnie, niż 1200 złotych kara.” [pismo z 20.02.2020 r.]

Jak wynika z korespondencji przekazanej przez UPC Polska, konsument po otrzymaniu negatywnej odpowiedzi Spółki (odpowiedź na zgłoszenie *****) oraz po telefonicznym kontakcie z pracownikiem UPC Polska zdecydował się odstąpić od rezygnacji z umowy i dalej ją opłacał, mimo że nie korzystał z usług Przedsiębiorcy.

W czerwcu 2020 r. to Spółka rozwiązała z konsumentem umowę (podłączenie innego abonenta pod dotychczasowym adresem świadczenia usług na rzecz konsumenta). Konsument złożył reklamację na zerwanie umowy przez UPC Polska i naliczenie roszczenia, o którym mowa w art. 57 ust. 6 Pt i w ostateczności Spółka **18.06.2020 r.** odstąpiła od pobrania wspomnianego roszczenia (odpowiedź na zgłoszenie *****).

6. Pismo konsumentki o numerze *** (reklamacja rozpatrzona częściowo pozytywnie - kwotę 2714,27 zł ***** zł):**

„(...) zwracam się z powtórnią prośbą o umorzenie opłaty w wysokości 2714,27 zł, w związku z odstąpieniem od umowy (...). Odstąpienie od umowy było spowodowane zmianą adresu zamieszkania, pod którym nie ma możliwości dalszego korzystania z Państwa usług. (...) Po wystosowaniu do Państwa pierwszego listu z prośbą o umorzenie opłaty zwrotnej z dnia 14.03.2021 r. zadzwonił do mnie konsultant z Państwa firmy, z informacją, że opłata w wysokości 2714,24 zł nie może zostać anulowana, ale mogę przepisać umowę na innego klienta lub dalej kontynuować umowę, płacąc comiesięczny rachunek i dzięki temu uniknę opłaty w powyżej kwocie. Zgodziłam się i wycofałam odstąpienie od umowy w dniu 23.03.2021 r., z uwagi na brak możliwości przepisania umowy na inną osobę. Dziś otrzymałam od Państwa informację, że umowa została rozwiązana, z uwagi na fakt, że nowy lokator pod adresem (...)

podpisał z Państwem umowę i świadczy Państwo usługi pod tym adresem (...).”
[pismo z dnia 6.04.2021 r.]

7. Pismo konsumenta o numerze *** (reklamacja rozpatrzona częściowo pozytywnie - kwotę ***** zł):**

„(...) Zwracam się z wnioskiem o anulację kary umownej naliczonej w związku z zaprzestaniem świadczenia Państwa usług na moją rzecz w lokalu przy (...). Lokal ten został sprzedany. Kontaktowałem się Państwem w tej sprawie. Byłem zainteresowany kontynuowaniem współpracy jednak świadczenie Państwa usług w moim nowym miejscu zamieszkania - (...) okazało się niemożliwe. W związku z powyższym, zgodnie z doradztwem Państwa konsultanta, starałem się znaleźć cesjonariusza umowy. Nie byłem jednak poinformowany, że czas na cesję jest ograniczony. Chciałbym zaznaczyć, że byłem gotowy wywiązać się z umowy i uiszczać comiesięczny abonament aż do końca trwania umowy tj. do lutego 2022 w przypadku gdyby nie udało mi się dokonać cesji. O zerwaniu umowy przez Państwa oraz o naliczeniu kary umownej dowiedziałem się poprzez sms co ze względu na formę uważam za mocno niestosowane (...)” [pismo z dnia 8.06.2021 r.]

8. Reklamacja konsumentki o numerze *** (reklamacja rozpatrzona częściowo pozytywnie - roszczenie ***** zł):**

„Opis zgłoszenia: klient dostał smsa o odłączeniu usług, a nie był o niczym takim wcześniej poinformowany. Adres opuścił, bo się przeprowadził i nie miał możliwości transferu, ale w ustaleniach w salonie upc został poinformowany ze ma normalnie opłacać rachunek zgodnie z umowa
Oczekiwania Klienta: prośba o wyjaśnienie i rozwiązanie ugodowe sprawy”²⁴ [zgłoszenie z 7.06.2021 r.],

9. Pismo konsumenta o numerze *** (reklamacja rozpatrzona częściowo pozytywnie - kwotę około 1600 ***** zł):**

„(...) Dnia 1.09.2021 zostałem poinformowany, iż w lokalu, w którym dotychczasowo dostarczane były moje usługi od Państwa (...), nowy najemca został abonentem w UPC. Takie działanie spowoduje rozwiązanie obowiązującej mnie umowy (nr Abonenta: *****) oraz konieczność uiszczenia kary umownej w wysokości ok. 1600 zł.
Lokal na ulicy (...) był przeze mnie wynajmowany w okresie od Lutego do Sierpnia 2020 roku. Po przeprowadzce, w nowym miejscu zamieszkania, UPC nie dostarczało swoich usług, przez co nie byłem w stanie z nich korzystać. Zdecydowałem się na comiesięczne opłacanie rachunków do momentu wygaśnięcia umowy.
Zostałem poinformowany telefonicznie o całej sytuacji oraz o tym, że istnieje możliwość uzgodnienia warunków w taki sposób, abym do końca trwania umowy mógł

²⁴ W dniu 9.06.2021 r. UPC Polska odpisało konsumentce w następujący sposób: „Dzień dobry, potwierdzam, że Umowa została rozwiązana, gdyż na adresie jest osoba z prawem do lokalu. Każdy abonent powinien nas poinformować o zmianie adresu. Umowa jest rozwiązana w takich przypadkach z winy Abonenta i obowiązują warunki promocji, czyli naliczana jest opłata dodatkowa. Pani ma umowę w promocji do 09.09. 2022 r. Dam, że mogła Pani dokonać cesji umowy. Przykro mi jeśli informacje udzielone przez pracownika biura były nieścisłe. **Mogłaby Pani płacić nadal abonament na adresie, jednak gdy pojawia się inna osoba z prawem do lokalu umowa jest rozwiązywana.** do uregulowania jest też abonament w kwocie 60,94 zł. Mając na uwadze opisaną sytuację, po otrzymaniu sprzętu, zmniejszymy opłatę dodatkową do kwoty 200 zł. Mam nadzieję, że takie rozwiązanie spełni Pani oczekiwania. (...)”

opłacać faktury, tak jak to robiłem dotychczas. Umowa wygasa w Lutym 2022 roku, zatem zostało niewiele - 5 miesięcy. (...)” [pismo z dnia 3.09.2021 r.]

Dowód: załącznik do pisma Spółki z dnia 21 czerwca 2021 r., Folder „pytanie 11”; załącznik do pisma Spółki z dnia 28 stycznia 2022 r., folder „Pytanie nr 10”), karta nr: 31

[49] W skargach skierowanych do Urzędu, konsumenci wskazywali natomiast na naliczenie przez UPC niewspółmiernie wysokiego roszczenia wynikającego z art. 57 ust 6 Pt. Poniżej fragmenty wspomnianych sygnałów, w których zachowano pisownię oryginalną:

1. korespondencja mailowa konsumenta z 8 kwietnia 2021 r. (RPW/19414/2021):

„(...) Chciałem rozwiązać wcześniej umowę zawartą z UPC. Po kontakcie telefonicznym dostałem informację że gdybym rozwiązał umowę w sierpniu br. kara wynosi 11 000 zł. Umowa została zawarta w marcu 2021 na 2 lata. Koszt całej umowy to około 3100 zł. (...)”.

2. skarga konsumenta z 6 stycznia 2021 r. (RPW/2717/2021 P):

„(...) W kwestii dodatkowej opłaty z tytułu wcześniejszego rozwiązania ewidentnie jest ona nieadekwatna. Jak za wcześniejsze rozwiązanie umowy o 1 miesiąc można naliczyć opłatę w wysokości prawie 4 abonamentów miesięcznych. Z tego wynika, że pierwotna kwota stawki od której wynosiła „promocja” wynosiła 400 zł miesięcznie. Mam wrażenie że kwota pierwotnego abonamentu była sztucznie zawyżona, bo żaden operator nie byłby w stanie utrzymać się na rynku z takim abonamentem. Więc sztucznie się zawyża dając pseudo rabat w chwili zawierania umowy , a potem damy rabat. Ale jak przyjdzie do wcześniejszego wypowiedzenia to można klienta obciążyć kwota abstrakcyjną (...) Według mnie to jest zbiorowe masowe naruszanie interesów konsumenta. Bo rozumiem jakby to było udzielenia rabatu w chwili podpisywania umowy na poziomie 10%, ale udzielanie teoretycznie rabatu w tej wysokości co ja niby dostałem czyli z teoretycznych 400 zł na 100 zł jest fikcją. Należy wnioskować że jeśli umowa była by rozwiązana przykładowo w połowie umowy czyli po upływie 12 miesięcy to miałbym do zapłaty 5000zł????? Świadomie i z premedytacją z Państwa strony jest to czynione. (...)”.

3. skarga konsumenta z 10 października 2021 r. (RPW/56039/2021):

„(...) w dniu 05 maja 2021 r. zamieszkując w Piastowie przy ul. (...) zawarłem z operatorem umowę na czas określony wynoszący 12 miesięcy. W sierpniu br. Przeprowadziłem się z wyżej wspomnianego adresu w obrębie tej samej miejscowości na ulicę (...). Wystąpiłem do operatora o przeniesienie usługi. Konsultant, z którym była prowadzona konwersacja stwierdził, że pod danym adresem nie można świadczyć usługi polecając wystąpić do operatora o bez kosztowne rozwiązanie usługi z powodu braku możliwości świadczenia usługi w wskazanym miejscu zamieszkania. Wystąpiłem drugim pismem do operatora w dniu 21 września 2021r. o rozwiązanie przedmiotowej umowy. Operator w dniu 30 września 2021 r. wyznaczył termin jej rozwiązania na dzień 01 listopada 2021 r. z naliczeniem kary za rozwiązanie umowy przed upływem okresu zobowiązania w wysokości 2085,15 zł. Nadmieniam, że do końca trwania umowy pozostało 7 miesięcy i licząc po 89 zł kwoty opłat kwota zapłaty wynosiłaby niecałe 630 zł. (...)”.

4. skarga konsumenta z 20 grudnia 2021 r. (RPW/2904/2022):

„(...) Tymczasem wykorzystując mój wiek (97 lat), upośledzony słuch, podstępnie podano mi do podpisania nową umowę (pod pozorem że jest to pokwitowanie za nowy dekodery), nie informując o tym że jest to nowa umowa, o znaczenie podwyższonych opłatach (261 zł miesięcznie), które stanowią dla mnie znaczący koszt. (...) Przedstawiciele tej firmy podstępem zawarli umowę o bardzo szerokim pakiecie usług, nie informując o opłatach i zakresie. UPC za odstąpienie tej umowy przed terminem nalicza opłatę 7000 zł (...)”

5. korespondencja mailowa konsumentki z 28 stycznia 2022 r. (RPW/6607/2022):

„Treść wiadomości: Dzień dobry,

Pisze do Państwa z zapytaniem w sprawie nieuczciwych praktyk firmy UPC.

W związku z przeprowadzką do innej miejscowości moja umowa zawarta z firmą UPC przestała mieć racje bytu, ponieważ firma nie świadczy usług w moim nowym miejscu zamieszkania.

Firma w związku z zerwaniem umowy przed jej wygaśnięciem (wrzesień 2023) wysłała mi zawiadomienie o karze jaką na mnie nakłada 3700 zł.

Kwota miesięczna abonamentu wynosiła 40 zł, co oznacza, że gdybym nie zrezygnowała z usług firmy (nie z mojej winy) to opłata do września 2023 wyniosła by 800 zł a nie 3700. ”

6. korespondencja mailowa konsumenta z 9 marca 2022 r. (RPW/14671/2022):

„(...) Zwracam się z uprzejmą prośbą o interpretację sprawy. Mam umowę z UPC do 21.06.2022 na adresie (...), gdzie wynajmowałem mieszkanie, obecnie razem z żoną przeprowadziliśmy się do własnego mieszkania pod adres (...). Przed podpisaniem umowy z deweloperem orientowaliśmy się czy pod adresem będzie dostępne UPC, deweloper to potwierdził. Teraz gdy dzwoniłem do UPC z prośbą o przeniesienie usług na nowy adres usłyszałem od konsultanta, że nie mają możliwości technicznych podłączenia na tym adresie, a na moje zapewnienia, że deweloper informował, iż UPC będzie dostępne, konsultant polecił wyjaśnić sprawę z deweloperem. (...) Udaliśmy się więc z żoną do salonu UPC by dowiedzieć się co zrobić w takiej sytuacji. Konsultant na miejscu zaproponował by napisać pismo z prośbą o wcześniejsze rozwiązanie umowy i anulowanie opłaty/kary. Wczoraj otrzymałem odpowiedź w tej sprawie(w załączniku)- UPC proponuje rozwiązanie umowy z dniem 01.04.2022 naliczając równocześnie karę w wysokości 698,21 zł. Czy jest to zasadne? Abonament który płacę miesięcznie operatorowi to najniższy możliwy pakiet w wysokości 59,99 zł.(...)”

7. skarga konsumenta z 5 stycznia 2022 r. (RPW/880/2022):

„Jestem abonentem UPC Polska nr klienta ***** przy ul. (...), co najmniej bez przerwy od 2006 r. W grudniu sprzedałem mieszkanie przy ul. (...).

Przenieść usług do nowego mieszkania nie mogę bo tu nie działają. Napisano mi, że mogę rozwiązać umowę, ale zostanę obciążony karą ponad 3 tys. złotych. Zastanawia mnie, za co ta kwota, skąd ona się wzięła. Proszę o pomoc w polubownym rozwiązaniu sprawy. Według mnie umowa powinna być wygaszona w lutym 2022 r. Teraz muszę płacić abonament za kablówkę, internet w miejscu w którym już nie mieszkam.”

8. korespondencja mailowa z 4 lipca 2022 r. (RPW/40048/2022):

„(...) W ubiegłym roku podpisaliśmy umowę na 2 lata na internet. W międzyczasie okazało się, że przeprowadziliśmy się do innego mieszkania i chcieliśmy przenieść usługę na nowy adres. Okazało się, że nie ma możliwości podpięcia UPC pod nowym adresem, więc w związku z tym chcieliśmy zrezygnować z usługi. Zostaliśmy poinformowani o tym, że opłata będzie wynosić 4000 zł. (...) Chciałabym zapytać w jaki sposób mogłabym złożyć skargę, ponieważ uważam, że kwota wypowiedzenia umowy jest absolutnie nieadekwatna do ceny za usługę (obecnie płacimy 60 zł za internet, więc całkowita kwota do końca umowy wynosiłaby 900 zł). (...)”

9. korespondencja mailowa z 13 lipca 2022 r. (RPW/42373/2022):

„(...) mam podpisaną umowę z UPC na internet i telewizję w pakiecie promocyjnym. Umowa była zawarta na dwa lata. Musiałem się wyprowadzić i zrezygnować z umowy po upływie roku liczyłem się z karą. Pamiętam dokładnie, że sprawdzałem przed podpisywaniem umowy w jaki sposób jest obliczana kara, czyli zwrot różnicy promocji razy ilość miesięcy. Umowę wybrałem przez internet było (przekreślone) 69.99 i nowa cena 49.99. Wybrałem lokalizację podałem dane i przyjechał technik z umową i żeby podłączyć internet. Żeby nie czytać godzinę wielu stron przejrzałem ceny do zapłaty, zgadzało się 49.99. Później po kontakcie okazało się za zerwanie umowy miał bym oddać 1800 zł. Łączna kwota umowy do jej końca to 600 zł. A łączna kwota całej umowy to 1200 zł. Karą wyższa niż obie te kwoty!!! Sprawdziłem umowę i na umowie były wpisane inne kwoty niż przez internet aż 234,99 zł.... (...)”

Dowód: sygnały konsumentów karty nr: 1357-1363 oraz 1491-1500

[50] Podobne sygnały znaleźć można również na forach internetowych²⁵. Poniżej przykładowe komentarze (zachowano pisownię oryginalną):

1. Internauta o pseudonimie Ackoz (komentarz z 18.01.2022 r.):

„(...) UPC załatwiło mnie z tą opłatą w piękny sposób - najpierw rozmowa przez telefon ze zmianą warunków na lepsze - brak informacji o zmianie typu umowy z czasu nieokreślonego na określony (...). W Grudniu się przeprowadziłem i UPC nie ma usługi w nowym budynku oraz nie odłączy jej w starym w którym mieszka prawdopodobnie. Umowa kończy mi się w Sierpniu. Nie mogę rozwiązać umowy bo koszt jej rozwiązania jest 2000 wyższy niż koszt opłat do końca umowy. Co robić? Płacić! (...)”

2. Internauta o pseudonimie belzebup (komentarz z 18.01.2022 r.):

„(...) Specjalnie wziąłem droższą opcję z miesięcznym czy tam 2-msc okresem wypowiedzenia, bo wiedziałem jak jest. Umowa się skończyła, zapytali czy chcę przedłużyć. Powiedziałem że tak, na tych samych warunkach. Rok później musiałem się wyprowadzić. Dowalili mi karę 2000 zł (sic!) - co wychodziło 2 razy drożej niż spłacenie tej umowy do końca - bo okazało się, że przedłużyli mi jednak nie na tych samych warunkach. Złożyłem reklamację, coś tam ich postraszyłem, łaskawie obniżyli do 200 zł (...)”,

²⁵ <https://www.wykop.pl/link/6461373/uokik-bierze-sie-upc-polska-ws-wysokich-oplat-za-wypowiedzenie-umowy/>, dostęp 20.07.2022 r.

3. Internauta o pseudonimie *odju triana epije* (komentarz z 18.01.2022 r.):

„(...) Jak podpisujecie UPC za np. 70 zł na dwa lata, to oni liczą, że przez cały okres trwania umowy jest promocja, a domyślnie ich usługi kosztują 300 zł/miesiąc. Wobec samej kary wam nie naliczają, ale kazała zwrócić wszystkie miesiące promocji, więc nagle jest np. $300 - 70 = 230 \text{ zł} \times \text{ilość miesięcy}$. Kwoty wychodzą kosmiczne. Najgorsze jest to, jak człowiek musi się przeprowadzić i pod nowym adresem nie świadczy usług, to wtedy jeżeli usługa nie jest podpięta pod jakikolwiek adres, umowa zrywa się automatycznie z waszej winy (...).”

4. Internauta o pseudonimie *MichuWwo* (komentarz z 18.01.2022 r.):

„Mi naliczyli taką karę umowną, że opłacało mi się dokończyć umowę mimo przeprowadzki i rok płacić po 80 zł za usługi, z których nie korzystam.... Kara umowna była absurdalnie wysoka w związku z obowiązującą promocją w pierwszych 3 miesiącach obowiązywania umowy.”

Dowód: załączniki do protokołu z utrwalenia serwisu internetowego, karty nr: 1479-1389

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

7. Naruszenie interesu publicznego

- [51] Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. 2021 r. poz. 275, dalej również „uokik”), ochrona interesów konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstawę do rozstrzygnięcia przez Prezesa Urzędu sprawy w oparciu o przepisy uokik. Interes publiczny zostaje naruszony w szczególności wówczas, gdy określonymi działaniami przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska, powodując zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu²⁶.
- [52] W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy zawarli bądź zdecydują się na zawarcie z UPC Polska umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, z którą związane będzie udzielenie ulg, a co za tym idzie - obowiązek zwrotu roszczenia z art. 57 ust. 6 Pt w razie przedterminowego rozwiązania umowy. Warto zauważyć, że przyczyny wypowiedzenia umowy przez mogą być niezależne od konsumenta. Przykładowo, mogą być spowodowane koniecznością zmiany miejsca zamieszkania.
- [53] Działania Przedsiębiorcy analizowane w toku niniejszego postępowania nie dotyczą interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy,

²⁶ Wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 24 października 1991 r., sygnatura akt XVII Amr 8/90.

indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna.

- [54] Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się także w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów należy tu analizować nie tylko w kontekście naruszenia interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), ale również pozaekonomicznych, w tym zaufania konsumentów do przedsiębiorców działających na rynku usług telekomunikacyjnych.
- [55] Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez Spółkę interesu publicznego, możliwe jest poddanie kwestionowanego działania Spółki ocenie w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod kątem stosowania przez nią praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

8. Naruszenie zakazu określonego w art. 24 uokik

- [56] Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast art. 24 ust. 2 uokik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy. Konsumentem w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową [art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. kodeks cywilny (Dz.U. z 2020 r. poz. 1740, dalej również: „kc”) w zw. z art. 4 pkt 12 uokik].

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

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

8.1. Status przedsiębiorcy

- [57] Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2021 r. poz. 162). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy - Prawo przedsiębiorców jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą.
- [58] UPC Polska spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000273136. Spółka jest wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych pod nr 111. W związku z prowadzoną działalnością Spółka świadczy konsumentom usługi

telekomunikacyjne, w tym w zakresie dostępu do Internetu, telewizji kablowej oraz telefonii stacjonarnej. Spółka prowadzi we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług telekomunikacyjnych na obszarze całego kraju. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik.

- [59] Tym samym Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

8.2. Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub z dobrymi obyczajami

- [60] Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sankcjonowane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Sprzeczność z prawem działania lub zaniechania przedsiębiorcy może być ujmowana jako zachowanie niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa stanowionego. Dobre obyczaje natomiast pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji w okolicznościach danego stanu faktycznego. Naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów prawa stanowionego lub dobrych obyczajów jest jednocześnie wyrazem naruszenia obowiązującego porządku prawnego, który obejmuje zarówno nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, jak i nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów²⁷. Rozważenia przy ocenie możliwości przypisania przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga zatem kwestia, czy jego zachowanie było zgodne czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Jednocześnie dla stwierdzenia powyższego bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, co oznacza, że nie musi być on zawiniony.
- [61] Jako działania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca wskazuje w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik). Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2070, dalej również: „upnpr”), która jednocześnie godzi w zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z art. 3 upnpr, zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych.
- [62] Jak wynika z art. 4 ust. 1 upnpr praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.
- [63] W tym miejscu należy wskazać, że zgodnie z definicją zawartą w art. 2 ust. 4 upnpr przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób

²⁷ Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. akt XII AmA 45/07.

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.

- [64] W ocenie Prezesa Urzędu, praktyka Spółki wskazana w pkt I decyzji, tj. ustalanie wysokości ulg przyznawanych konsumentom przy zawieraniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych będących podstawą do kalkulacji roszczenia wynikającego z art. 57 ust. 6 Pt na poziomie przekraczającym wartość tych umów, w rozumieniu sumy opłat abonamentowych, które konsumenci są zobowiązani opłacić w czasie trwania umów, mieści się we wspomnianej powyżej definicji nieuczciwej praktyki rynkowej.

8.2.1. Model przeciętnego konsumenta

- [65] Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym odwołuje się do pojęcia przeciętnego konsumenta. Zgodnie z art. 2 pkt 8 upnpr przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonywać się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów. Przez szczególną grupę konsumentów rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna czy umysłowa.
- [66] 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 (usługi) informacji, przekazywanej w sposób niewprowadzający w błąd, a także do rzetelnego i uczciwego traktowania przez przedsiębiorcę. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech konsumenta (jego „przeciętność”) polegających na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie można wymagać, aby jego wiedza była kompletna i profesjonalna.
- [67] W niniejszej sprawie brak jest przesłanek do uznania, że zakwestionowana przez Prezesa Urzędu praktyka Spółki skierowana była do szczególnej grupy konsumentów. Stronami umów o świadczenie przez UPC Polska usług telekomunikacyjnych są osoby w różnym wieku, o zróżnicowanym wykształceniu i dochodach oraz o różnym stopniu świadomości otaczającej ich rzeczywistości, wobec czego konstrukcję modelu przeciętnego konsumenta należy stworzyć bez odwoływania się do przynależności adresatów praktyki do szczególnej grupy konsumentów. Tak zdefiniowany przeciętny konsument ma prawo zakładać, że działanie Spółki jako profesjonalisty będzie charakteryzować się uczciwością i rzetelnością, a przede wszystkim, że Przedsiębiorca będzie świadczyć oferowane usługi profesjonalnie i z zachowaniem należytej staranności oraz nie będzie naruszać prawa.

[68] Grupę kontrahentów UPC Polska tworzą osoby korzystające z usług telekomunikacyjnych, które znajdują się w obszarze świadczenia usług przez Spółkę. Na podstawie zawartej z Przedsiębiorcą umowy do usług tych należy np. dostęp do telewizji, do Internetu, czy też możliwość wykonywania połączeń telefonicznych. Są to osoby, które rozumieją, że rozwiązanie umowy, której zawarcie wiązało się z przyznaniem ulg, może wiązać się z poniesieniem konsekwencji finansowych wynikających z otrzymanych rabatów. Konsumenci utożsamiają je jednak raczej z komunikowaną marketingowo promocją („cena przekreślona”) niż z „cenami standardowymi” (por. nb. 49 decyzji).

[69] Przeciętny konsument rozumie zatem, że rozwiązanie umowy terminowej może mieć dla niego negatywne konsekwencje finansowe. Posiadana przez niego podstawowa wiedza z zakresu ekonomii uzasadnia jednak jego oczekiwanie, że „kara” za rozwiązanie umowy (określona sankcja) nie powinna być wyższa niż wartość tej umowy. Obrazują to następujące, przykładowe fragmenty skarg, które wpłynęły do Urzędu (pisownia oryginalna):

- „(...) Później po kontakcie okazało się za zerwanie umowy miał bym oddać 1800 zł. Łączna kwota umowy do jej końca to 600 zł. A łączna kwota całej umowy to 1200 zł. Karą wyższa niż obie te kwoty!!! (...)”,
- „(...) Zostaliśmy poinformowani o tym, że opłata będzie wynosić 4000 zł. (...)kwota wypowiedzenia umowy jest absolutnie nieadekwatna do ceny za usługę (obecnie płacimy 60 zł za internet, więc całkowita kwota do końca umowy wynosiłaby 900 zł). (...)”,
- „(...) termin jej rozwiązania na dzień 01 listopada 2021 r. z naliczeniem kary za rozwiązanie umowy przed upływem okresu zobowiązania w wysokości 2085,15 zł. Nadmieniam, że do końca trwania umowy pozostało 7 miesięcy i licząc po 89 zł kwoty opłat kwota zapłaty wynosiłaby niecałe 630 zł. (...)” (por. nb. 49 decyzji).

[70] Ponadto przeciętny konsument dosłownie rozumie używane przez Spółkę określenia. „Ulga” jest zatem utożsamiana przez niego z „rabatem” czy „upustem”. Jest to pojęcie, które kojarzy się przeciętnemu konsumentowi z korzyściami płynącymi z wybranej promocji. Obrazuje to następujący, przykładowy fragment skargi, która wpłynęła do Urzędu (por. nb. 49 decyzji, pisownia oryginalna):

- (...) Jak za wcześniejsze rozwiązanie umowy o 1 miesiąc można naliczyć opłatę w wysokości prawie 4 abonamentów miesięcznych. Z tego wynika, że pierwotna kwota stawki od której wynosiła „promocja” wynosiła 400 zł miesięcznie. Mam wrażenie że kwota pierwotnego abonamentu była sztucznie zawyżona, bo żaden operator nie byłby w stanie utrzymać się na rynku z takim abonamentem. Więc sztucznie się zawyża dając pseudo rabat w chwili zawierania umowy , a potem dany rabat. Ale jak przyjdzie do wcześniejszego wypowiedzenia to można klienta obciążyć kwota abstrakcyjną (...)”.

[71] Wiedzę na temat wysokości roszczenia, którym konsument może zostać obciążony po wypowiedzeniu umowy, przeciętny konsument czerpie przede wszystkim od

Przedsiębiorcy, więc ma prawo zakładać, że poniesie taką sankcję, o jakiej jest informowany po wypowiedzeniu umowy.

8.2.2. Sprzeczność z dobrymi obyczajami praktyki określonej w pkt I decyzji

[72] Kwalifikacja działania przedsiębiorcy jako nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 4 ust. 1 upnpr wymaga wykazania zaistnienia dwóch przesłanek: sprzeczności z dobrymi obyczajami i istotnego zniekształcenia lub możliwości zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Model przeciętnego konsumenta na gruncie niniejszej sprawy został ustalony powyżej, zatem poniżej zostaną omówione przesłanki: naruszenia dobrych obyczajów przez Spółkę oraz istotnego zniekształcenia lub możliwości zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta na etapie wykonywania umowy.

8.2.2.1. Sprzeczność z dobrymi obyczajami

[73] Pojęcie „dobrych obyczajów” wskazane w art. 4 ust. 1 upnpr stanowi klauzulę generalną podlegającą konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego.

[74] Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nie zawiera definicji normatywnej pojęcia „dobrych obyczajów”. Jest ono natomiast przedmiotem licznych opracowań doktryny oraz orzecznictwa. Jak wskazuje się w judykaturze: *„dobrym obyczajem jest szeroko rozumiany szacunek do drugiego człowieka, oparty na regule postępowania zgodnego z zasadami etyki, moralności i aprobowanymi społecznie obyczajami. Do dobrych obyczajów zaliczyć należy, w szczególności, następujące wartości: uczciwość, szczerłość, lojalność, rzetelność i fachowość. Natomiast jako sprzeczne z dobrymi obyczajami należy rozumieć działania, które uniemożliwiają realizację tych wartości, w tym także działania prowadzące do dezinformacji lub wywołania u konsumenta błędnego mniemania, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności, ukształtowania stosunku zobowiązaniowego niezgodnie z zasadą równorzędności stron, czyli działania powszechnie uznawane za nieuczciwe, nierzetelne lub sprzeczne z akceptowanymi standardami postępowania. Przy czym wchodzi tu w grę nie tylko działania naruszające interesy ekonomiczne konsumenta, lecz również sytuacje, w których zostanie spowodowany u niego dyskomfort, próżny trud, wynikające z naruszenia prywatności, wygody, poczucia godności osobistej, nałożenia uciążliwych obowiązków, czy braku satysfakcji z zawarcia umowy określonej treści”*²⁸.

[75] Nie należy przy tym tracić z pola widzenia faktu, że art. 4 ust. 1 upnpr stanowi transpozycję art. 5 ust. 2 dyrektywy 2005/29/WE²⁹ do polskiego porządku prawnego. Odpowiednikiem polskiej klauzuli dobrych obyczajów na gruncie wspomnianej dyrektywy jest **zasada staranności zawodowej**, która oznacza standard dotyczący

²⁸ Por. np. Wyrok Sądu Apelacyjnego z dnia 18 marca 2021 r., sygn. akt VII Aga 217/19.

²⁹ Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady („Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych”).

szczególnej wiedzy i staranności, których można w racjonalny sposób oczekiwać od przedsiębiorcy w jego relacjach z konsumentami, zgodnie z uczciwymi praktykami rynkowymi i/lub ogólną zasadą dobrej wiary w zakresie jego działalności (por. art. 2 lit. h dyrektywy 2005/29/WE). Wykładnia pojęcia dobrych obyczajów powinna być zatem dokonywana w świetle brzmienia i celów ww. dyrektywy oraz zastosowanego tam pojęcia staranności zawodowej³⁰. W literaturze przedmiotu podnosi się przy tym, że „wykładania zgodna [interpretacja prawa krajowego w zgodzie z prawem unijnym] realizuje się w ramach stosowania prawa, to zaś nie pozostaje domeną sądów, lecz dotyczy także organów administracji umocowanych do wydawania decyzji administracyjnych”³¹.

- [76] W analizowanej sprawie za dobry obyczaj należy uznać obowiązek ustalania przyznanych konsumentom ulg będących podstawą do kalkulacji roszczenia wynikającego z art. 57 ust. 6 Pt na poziomie nieprzekraczającym wartości tych umów, rozumianych jako suma opłat abonamentowych, które konsumenci zobowiązani są opłacić w czasie trwania umów. Takie działanie wpisuje się w wynikającą z dobrych obyczajów zasadę rzetelnego konstruowania umowy z poszanowaniem interesów konsumentów, a także niewykorzystywania silniejszej pozycji w stosunku cywilnoprawnym oraz uczciwości kontraktowej. Za niezgodne z dobrym obyczajem należy uznać takie kształtowanie przez Przedsiębiorcę warunków umowy, że finansowo bardziej opłacalne dla konsumenta jest kontynuowanie umowy pomimo niekorzystania z usług (ze względu np. na zmianę miejsca zamieszkania) niż jej rozwiązanie. Nie ma przy tym znaczenia, czy ww. opłaty zostaną finalnie od konsumenta pobrane czy też nie. Sam sposób ukształtowania umowy wpływa bowiem na zachowanie konsumentów i podejmowane przez nich decyzje (por. 8.2.3. decyzji - Istotne zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej wykonywania lub po jej zawarciu).
- [77] W kontekście analizowanego problemu należy podkreślić, że zgodnie z art. 57 ust. 6 Pt (por. nb. 24 decyzji): „[wysokość roszczenia] *nie może przekroczyć wartości ulgi przyznanej abonentowi pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania*”. Wysokość udzielonej ulgi określa zatem maksymalną wysokość roszczenia, jaka przysługuje przedsiębiorcy w przypadku rozwiązania umowy przez konsumenta lub przez przedsiębiorcę z winy konsumenta.
- [78] Realizacja przez dostawcę usług ww. uprawnienia może wiązać się po stronie konsumenta z obowiązkiem zwrotu wartości przyznanej ulgi pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania. Operator powinien w umowie wyraźnie wskazać różnicę między standardową i obniżoną ceną określonego świadczenia, która stanowi ulgę³². Ulgi kalkulowane są bowiem w oparciu o cenniki standardowe, bazowe. Podkreślenia jednak wymaga, że **ustalenie ulg nie może być dowolne** - konieczne jest wskazanie, według jakich kryteriów zostały ustalone oraz czy istotnie zostały zastosowane.

³⁰ Por. A. Wiewiórowska-Domagalska, A. Kunkiel-Kryńska, art. 4, nb. 13 [w:] *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, red. dr hab. Konrad Osajda, 2019.

³¹ Por. A. Sołtys, *Obowiązek wykładni prawa krajowego zgodnie z prawem unijnym jako instrument zapewnienia efektywności prawa Unii Europejskiej*, Warszawa 2015, s. 214.

³² S. Piątek, *Prawo telekomunikacyjne. Komentarz*, Wyd. 4, Warszawa 2019, art. 57 (pkt 10).

- [79] Potwierdza to wyrok Sądu Okręgowego w Gliwicach z dnia 8 listopada 2019 r. (sygn. akt X Ga 661/18): „O ile zatem, co do zasady powód byłby uprawniony domagać się należności na podstawie postanowień umownych, do przestrzegania których zobowiązał się pozwany jako abonent, a których nie dochował, o tyle uwzględnieniu powództwa, a tym samym apelacji, na przeszkodzie stoi niewykazanie wysokości poniesionej szkody. Sąd ma przy tym na względzie nie tyle brak szczegółowego wyliczenia kwot, składających się na notę obciążeniową, z którego wyraźnie wynikałby okres, za jaki zastrzeżone ulgi podlegające zwrotowi - zgodnie z regulacją art. 57 ust. 6 prawa telekomunikacyjnego - powinny zostać proporcjonalnie pomniejszone, **lecz niewykazanie przez powoda, wbrew regule przewidzianej w art. 6 KC., na jakiej podstawie, według jakich kryteriów i czy istotnie ulgi zostały zastosowane.** Sposób określenia w umowach - kwotowo przyznanych ulg nie jest przejrzysty i budzi uzasadnione wątpliwości. Jako przykład można wskazać ulgę 14 437,61 zł, która wynika z umowy zawartej na 3 lata. Nasuwa się bowiem pytanie, jaka miałyby być wysokość należności abonenta, skoro operator decyduje się przyznawać tak wysokie ulgi.”
- [80] Ustawa Prawo telekomunikacyjne nie definiuje pojęcia „ulgi” wprost. Dlatego też zasadne jest odwołanie się do wykładni językowej, zgodnie z którą ulga to obniżenie sumy, jaką należy za coś zapłacić, zmniejszenie opłat, zniżka. Z kolei „zniżka” to zmniejszanie, obniżanie się czegoś pod względem liczby, nasilenia, wysokości (głównie cen)³³. Potwierdza to również orzecznictwo, przykładowo treść wyroku Sądu Rejonowego w Tychach z dnia 16 kwietnia 2019 r. (sygn. akt VI GC 1692/18), zgodnie z którym „do wyliczenia wartości ulgi przyznanej abonentowi, uwzględnić należy więc, że **ulga oznacza obniżkę określonych opłat.**”
- [81] Z ekonomicznego punktu widzenia tzw. „lojalizacja” klienta (tzn. wydłużanie okresu, gdy konsument pozostaje klientem przedsiębiorcy, zwiększenie jego „przywiązania” do dostawcy), m.in. przez zawieranie umów, których rozwiązanie przed terminem zobowiązania wiąże się ze zwrotem przyznanej ulgi - jest korzystne dla przedsiębiorcy. Z jednej strony ogranicza ryzyko ponoszone przez dostawcę usług telekomunikacyjnych (np. związane ze zwrotem kosztów budowy infrastruktury niezbędnej do świadczenia usługi), przez co może on zaoferować usługi taniej niż na warunkach bez zobowiązań (gdy klient może zrezygnować z umowy w każdym czasie). Z drugiej strony udzielanie ulg przynosi korzyści marketingowe - wpływa na zwiększanie ilości sprzedawanych usług, czy też utrzymanie dotychczasowych klientów. Należy podkreślić, że opłaty za usługi powinny być przez racjonalnego przedsiębiorcę kształtowane tak, aby jego działanie w długim okresie było opłacalne. Poza nielicznymi wyjątkami (m.in. promowanie nowej usługi, sezonowe wyprzedaże) racjonalny przedsiębiorca nie będzie świadczył usług poniżej kosztów.
- [82] Jak jednak wynika z danych przekazanych przez Spółkę - UPC Polska konstruowała umowy w taki sposób, że wysokość przyznanej konsumentom ulgi za cały okres zobowiązania przewyższała w większości przypadków sumę opłat abonamentowych za pełny okres trwania umowy (por. nb. 34 decyzji).

³³ Za: A. Krasuski, *Prawo telekomunikacyjne. Komentarz*, Warszawa 2015, art. 57.

[83] Z perspektywy dostawcy usług telekomunikacyjnych oczekiwaną korzyścią z zawarcia umowy powinna być suma opłat, jakie w okresie jej trwania opłaci konsument. Jeśli przysługujące roszczenie zapewni przedsiębiorcy taki sam przychód jak kontynuowanie umowy przez konsumenta, jego interesy będą w pełni zabezpieczone: przychód operatora będzie taki sam, niezależnie od tego, czy konsument będzie korzystał z usług do końca okresu umownego, czy też nie. Zastrzeżenie zaś ulg na poziomie przekraczającym wartość zawartą z konsumentem umowy prowadzić może do sytuacji, gdy w interesie dostawcy usług telekomunikacyjnych nie będzie to, by konsument kontynuował umowę, lecz by ją zerwał, ponieważ w takim wypadku przychód operatora będzie wyższy. Kreowanie wysokości przysługującego roszczenia na wyższym poziomie niż suma opłat w danym okresie, może służyć sztucznemu tworzeniu wysokich zobowiązań po stronie klientów.

[84] Warto w tym miejscu odwołać się także do zasad wykładni celowościowej wspomnianego przepisu. Wyrażona w nim norma zabezpiecza interesy obu stron kontraktu - konsumentów - przez określenie maksymalnej kwoty roszczenia związanej z przedterminowym zakończeniem umowy; przedsiębiorców - przez możliwość uzyskania rekompensaty w razie przedterminowego rozwiązania umowy przez konsumenta. Powyższe potwierdza wyrok Sądu Okręgowego z Lublinie z dnia 20 czerwca 2020 r. (sygn. akt II Ca 1396/19). Zgodnie z tym orzeczeniem „istotą ulgi przewidzianej w umowie [ulgi, o której mowa w art. 57 ust. 6 Pt] (...) było **zapewnienie dostawcy usług gwarancji, że abonent będzie odbiorcą usług przez okres 24 miesięcy i że w związku z tym będzie uiszczał wymagany abonament i inne świadczenia za dostarczone usługi.**

Celem art. 57 ust. 6 Pt jest zatem zabezpieczenie interesów ekonomicznych przedsiębiorcy, który w razie przedterminowego rozwiązania przez konsumenta umowy, mógłby nie otrzymać oczekiwanych korzyści, nie zaś zapewnienie mu swego rodzaju dodatkowego źródła dochodu. Sytuacja, w której przedsiębiorcy bardziej „optacaloby się” rozwiązanie przez konsumenta umowy niż jej wykonywanie (uiszczanie abonamentu), należy uznać za sprzeczną z celem art. 57 ust. 6 Pt. Wykładania celowościowa art. 57 ust. 6 Pt potwierdza zatem sprzeczność zakwestionowanej praktyki UPC Polska z dobrym obyczajem opisanym powyżej.

[85] Należy przy tym zaznaczyć, że roszczenie, o którym mowa w art. 57 ust. 6 Pt, nie jest karą umowną. Zagadnienie dotyczące kary umownej zostało uregulowane w art. 483 kc. Zgodnie z tym przepisem strony mogą zastrzec w umowie, że naprawienie szkody wynikłej z niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania niepieniężnego nastąpi przez zapłatę określonej sumy - kary umownej. Pojęć tych nie należy używać naprzemiennie, ponieważ roszczenie wynikające z art. 57 ust. 6 Pt jest roszczeniem *sui generis*, uregulowanym na gruncie ustawy Prawo telekomunikacyjne i związane jest z wykonywaniem umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

[86] Niezależnie od tego mechanizm opisany w art. 57 ust. 6 Pt pełni podobne funkcje do kary umownej. Jednocześnie w obrocie konsumenckim stosowanie rażąco wygórowanej kary umownej jest zakazane. Takie postanowienie umowne może być uznane za klauzulę abuzywną zgodnie z art. 385³ pkt 17 kc, który przewiduje, że w razie wątpliwości uważa się, że niedozwolonymi postanowieniami umownymi są te, które w

szczegółności nakładają na konsumenta, który nie wykonał zobowiązania lub odstąpił od umowy, obowiązek zapłaty rażąco wygórowanej kary umownej lub odstępnego.

- [87] Taką relację mechanizmu ulgi i kary umownej potwierdza wyrok Sądu Okręgowego w Gliwicach z dnia 8 listopada 2019 r. (sygn. akt X Ga 661/18), zgodnie z którym: „zwrócić trzeba również uwagę, że art. 57 ust. 6 Pr.Tel. nie stanowi podstawy prawnej kary umownej za przedterminowe rozwiązanie umowy, dotyczącej usług telekomunikacyjnych. (...) Roszczenie dostawcy usługi nie może przekroczyć określonej w umowie wartości ulgi przyznanej abonentowi, co oznacza, że wartość ulgi wyznacza maksymalną wysokość roszczenia. Wysokość roszczenia podlega proporcjonalnemu pomniejszeniu stosownie do upływu okresu umowy. Obliczenie wysokości roszczenia, którego podstawę stanowi wysokość ulgi przyznanej abonentowi polega na odjęciu od ustalonej w umowie wysokości odszkodowania z tytułu rozwiązania umowy przed terminem (nie większej niż wartość ulgi), kwoty wyliczonej proporcjonalnie do upływu czasu od momentu zawarcia umowy oraz całego okresu umowy. **W konsekwencji przepis art. 57 ust. 6 u.pr.t. nie stanowi regulacji szczególnej w stosunku do art. 483 § 1 KC., lecz stanowi jej uzupełnienie, limitujące wysokość dopuszczalnej kary umownej.**” Powyższe potwierdza zatem, że skoro kara umowna nie może być rażąco wygórowana, a art. 57 ust. 6 Pt ma ograniczać dopuszczalność stosowania kary, to tym bardziej roszczenie z niego wynikające nie może być rażąco wygórowane.
- [88] Za sprzeczne z dobrym obyczajem należy również uznać wykorzystywanie zastrzeżonych w umowie wysokich kosztów rozwiązania umowy do zniechęcenia konsumenta do złożenia wypowiedzenia (albo do przekonania go do wycofania wypowiedzenia już złożonego), w szczególności gdy przedsiębiorca nie planuje obciążyć go tak wysokimi kosztami. Analiza zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego (por. nb. 41-50 decyzji) wskazuje, że w tej sprawie taki jest główny cel kwestionowanego mechanizmu zastrzegania wygórowanych kosztów rozwiązania umowy.
- [89] Nie jest uprawnione stanowisko Spółki, zgodnie z którym za prawidłowością praktyki określonej w punkcie I decyzji, przemawia fakt, że była ona zgodna z wieloletnią praktyką operatorów telekomunikacyjnych (por. nb. 3 i 6 decyzji). Nie jest możliwe przyjęcie ww. tezy, ponieważ praktyka, choćby stosowana dłuższy czas, nie może podlegać ochronie, jeżeli narusza zasady porządku prawnego (na gruncie niniejszej sprawy zbiorowe interesy konsumentów). Niezależnie od powyższego, w wyniku analizy dokumentów przedłożonych w postępowaniu DDK-405-20/15/MN (w omawianym zakresie przede wszystkim regulaminów promocji oraz rachunków) można stwierdzić iż praktyka Spółki w zakresie określania wysokości ulg zmieniała się w czasie. Znaczącemu wzrostowi uległa przede wszystkim wysokość udzielanych ulg.
- [90] Praktyka w zakresie określania ulg nie jest jednolita również na rynku usług telekomunikacyjnych. W regulaminach promocji stosowanych przez konkurentów Spółki niekiedy określany jest górny limit wartości roszczenia przysługującego

przedsiębiorcy w sytuacji wypowiedzenia umowy przed upływem terminu zobowiązania (niższy niż wysokość ulgi).³⁴

- [91] Spółka jest podmiotem profesjonalnie trudniącym się świadczeniem usług telekomunikacyjnych a także konstruowaniem ofert oraz umów skierowanych do konsumentów. Posiada w związku z tym wiedzę o problemach zgłaszanych przez konsumentów w reklamacjach, tj. o obawach związanych z obciążeniem wysokim kosztem, jak również o rezygnacji z wypowiedzenia tak skonstruowanej umowy (por. nb. 57 decyzji). Wykorzystywanie tej wiedzy do nakłonienia konsumentów do dalszego korzystania z usług, w sytuacji gdy jest to dla nich nieopłacalne (np. w sytuacji pogorszenia się sytuacji ekonomicznej i chęci zmiany pakietu usług na tańszy) czy niemożliwe (np. zmiana miejsca zamieszkania), nie wpisuje się w wymogi należytej staranności zawodowej.
- [92] Spółka wskazała, że instytucja ulgi w rozumieniu art. 57 ust. 6 Pt funkcjonuje na rynku usług telekomunikacyjnym od ponad 20 lat, w związku z czym konsumenci prawidłowo identyfikują ulgę jako jeden z elementów pozwalający na osiągnięcie korzystniejszej ceny usług (por. nb. 3 decyzji). Choć ulga może być kojarzona z uzyskaniem korzyści finansowej, to UPC Polska pomija okoliczność, że przyznanie ulgi wiązało się dla konsumentów z naliczeniem, a niejednokrotnie i poniesieniem niewspółmiernie wysokiej sankcji za przedterminowe rozwiązanie umowy (czasem kilkukrotnie wyższej od sumy opłat abonamentowych pozostałych do końca kontraktu - por. nb. 42-46 decyzji). Jednocześnie sygnały otrzymane od konsumentów wskazują, że mechanizm uzyskania rabatu nie jest przez konsumentów utożsamiany z konsekwencją poniesienia kosztów rozwiązania umowy wyższych niż kosztów jej trwania (por. nb. 49 decyzji).
- [93] W tym kontekście należy mieć na uwadze treść artykułu 57 ust. 5 Pt zgodnie z którym: *„warunki umowy o świadczenie publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, w tym o zapewnienie przyłączenia do sieci, nie mogą uniemożliwiać lub utrudniać abonentowi korzystania z prawa do zmiany dostawcy usług świadczącego publicznie dostępne usługi telekomunikacyjne”*. W ww. artykule ustanowiono więc zakaz kształtowania treści umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych w taki sposób, aby uniemożliwić abonentom lub choćby utrudnić konsumentom zmianę dostawcy usług telekomunikacyjnych. Tymczasem zakwestionowany mechanizm realizuje m.in. taki cel.
- [94] Podkreślenia przy tym wymaga, że w relacji konsument-przedsiębiorca, to przedsiębiorca ma silniejszą pozycję ekonomiczną, a w konsekwencji również większą siłę negocjacyjną. Zwykle posiada też bogatsze doświadczenie oraz wyższy stopień świadomości prawnej³⁵. Konsument nie ma wpływu na to, w jaki sposób dostawca usług telekomunikacyjnych kształtuje oferty promocyjne - może być jedynie ich „odbiorcą”, lecz nie „kreatorem”.
- [95] W ocenie Prezesa Urzędu nie jest uzasadnione twierdzenie Spółki, zgodnie z którym kwestionując pozornie wysokość ulgi, w rzeczywistości Prezes Urzędu podważa

³⁴ Por. np. stosowany przez Netia S.A. wzorzec pn.: Szczegółowe Warunki Promocji „Hybrydowy Internet 2w1 (06.2022)” dostępny na stronie internetowej [https://www.netia.pl/getmedia/3390236f-4fc0-4e36-8eaa-b9ae7e58b675/swp-hybrydowy-internet-2w1-\(06-2022\)](https://www.netia.pl/getmedia/3390236f-4fc0-4e36-8eaa-b9ae7e58b675/swp-hybrydowy-internet-2w1-(06-2022)) postanowienie nr 3.3. - 3.4.

³⁵ E. Gniewek, P. Machnikowski (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz*. Wyd. 10, Warszawa 2021, Art. 22¹ KC.

konstrukcję cennika UPC oraz swobodę ustalania wysokości świadczonych usług (por. nb. 3 decyzji). To przedsiębiorca samodzielnie określa cenę świadczonych przez siebie usług. Podkreślenia przy tym wymaga, jak zostało wyjaśnione powyżej, że ustalanie ulg nie powinno być dowolne - konieczne jest wskazanie według jakich kryteriów zostały ustalone oraz czy istotnie zostały zastosowane (por. nb. 78-79 decyzji).

- [96] UPC Polska nie ma racji wskazując, że to Prezes Urzędu próbuje arbitralnie wyznaczyć granicę dopuszczalnego poziomu ulgi - taką granicę wyznaczają zasady porządku prawnego. Sztuczne zawyżanie kwot bazowych stosowanych przez Przedsiębiorcę wynika z **danych przekazanych przez samą UPC Polska**, zgodnie z którymi dla umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych z promocyjnym okresem zobowiązania zawartych w 2020 r. średnia wartość abonamentu w okresie rozliczeniowym wynosiła ok. ***zł³⁶, zaś średnia wartość przyznanej ulgi za pojedynczy okres rozliczeniowy - ok. *** zł³⁷ (por. nb. 36 decyzji). Opisana polityka ustalania ulg na rażąco wysokim poziomie ma zatem miejsce *********, a nie poszczególnych konsumentów czy grup konsumentów (którym zaproponowano bardzo korzystne - w odniesieniu do standardowych - warunki cenowe ze względu np. na długi staż czy okresowe akcje promocyjne). Spółka przedstawiła dane, zgodnie z którymi odsetek umów **zawartych bez promocji w opłatach abonamentowych** (tzn. po cenach cennika bazowego, dla każdej z usług, których dotyczyła umowa) przez Spółkę w latach 2018-2020 wynosił od ****% do ****%, w okresie styczeń-maj 2021 r. odsetek ten wynosił ****% zaś w okresach czerwiec-grudzień 2021 r., styczeń-czerwiec 2022 r. wynosił odpowiednio ****% i ***% (por. nb. 31 decyzji).
- [97] W pełni uprawnione jest zatem twierdzenie, że faktycznie stosowane przez Spółkę opłaty są znacznie niższe od opłat bazowych cennika standardowego, co w zestawieniu z powszechnością stosowania ulg (również tych przekraczających wartość umowy) **wskazuje** na sztuczny charakter ustalonych opłat bazowych. Sama Spółka podkreśliła, że kształtuje ceny promocyjne oferowanych usług na poziomie zbliżonym do bezpośrednich konkurentów, celem utrzymania atrakcyjności ekonomicznej swojej oferty dla aktualnych i przyszłych klientów. Wskazała także, że z przeprowadzonej analizy zachowań i oczekiwań konsumentów wynika, że jednym z kluczowych czynników przy wyborze dostawcy usług telekomunikacyjnych **jest czynnik ekonomiczny** (por. nb. 3 decyzji)³⁸. Uzasadniony jest zatem wniosek, że Spółka ustala ceny standardowe na poziomie znacznie przekraczającym poziom ceny, po której byłaby w stanie sprzedać dane usługi.
- [98] UPC Polska wskazała również, że praktyka dotycząca udzielania ulg była już przedmiotem kontroli ze strony Prezesa Urzędu, który nie zakwestionował przyznawanych ulg. Warto ponownie podkreślić, że przedmiotem postępowań, do których odnosi się Spółka - prowadzone pod sygnaturą: RGD.405-12/11/MLM oraz DDK-405-20/15/MN nie było badanie, czy łączna wartość przyznanych ulg przekracza łączną

³⁶ Wartość uwzględnia wszystkie usługi z promocyjnym okresem zobowiązania znajdujące się na koncie klienta, które mogły być również aktywowane konsumentowi w innym okresie.

³⁷ Wartość uwzględnia wszystkie usługi z promocyjnym okresem zobowiązania znajdujące się na koncie klienta, które mogły być również aktywowane konsumentowi w innym okresie.

³⁸ Na marginesie należy zauważyć, że nadal nie wszyscy konsumenci mają zapewniony realny wybór innego dostawcy usług o danej charakterystyce.

sumę opłat abonamentowych wynikających z zawartej umowy, lecz **warstwa komunikacyjna skierowana do konsumentów** dotycząca promocji (pierwsze ze wspomnianych postępowań) i przyznanych ulg (drugie wymienione postępowanie)³⁹. Zgromadzony materiał dowodowy nie dał podstaw do wszczęcia postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Jak wskazano w nb. 3-6 niniejszej decyzji, ulgi stosowane przez Spółkę w okresach objętych ww. postępowaniami znacznie różniły się od ulg kwestionowanych w niniejszym postępowaniu.

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

- [99] Jak wynika z treści przytoczonej powyżej treści art. 4 ust. 1 upnpr (por. nb. 56 decyzji) nie każde zachowanie rynkowe przedsiębiorcy wobec konsumenta sprzeczne z dobrymi obyczajami może być zakwalifikowane jako nieuczciwe w rozumieniu wspomnianej ustawy. Takie zachowanie musi dodatkowo **istotnie zniekształcać bądź móc zniekształcić zachowanie rynkowe** przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawarcia lub po jej zawarciu.
- [100] Przez zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta należy rozumieć podjęcie lub możliwość podjęcia określonej decyzji dotyczącej umowy, której - wobec innego (uczciwego) zachowania (praktyki rynkowej) przedsiębiorcy - konsument mógłby nie podjąć lub mógłby podjąć decyzję odmienną.
- [101] W przedmiotowej sprawie praktyka Spółki może istotnie zniekształcać zachowanie rynkowe konsumenta na etapie wykonywania umowy. Konsument, który chce przedterminowo rozwiązać umowę z UPC Polska, po powzięciu informacji o wysokości naliczonego roszczenia, może nie zdecydować się na rozwiązanie umowy. Wynika to z faktu, że wysokość roszczenia związanego ze zwrotem ulgi w większości ofert promocyjnych przewyższa wartość sumy opłat abonamentowych (por. nb. 31 decyzji). W konsekwencji konsumentowi może bardziej „opłacać się” nierezygnowanie z danej usługi, chociażby z niej *de facto* nie korzystał, niż rozwiązanie umowy przed upływem okresu, na jaki została zawarta. Racjonalnie postępujący konsument, jeśli nie zmuszą go do tego inne okoliczności, nie wypowie tak skonstruowanej umowy, gdyż jest to dla niego finansowo niekorzystne - całkowite koszty związane z zerwaniem umowy przewyższą całkowite koszty związane z jej kontynuowaniem. Powyższe znajduje potwierdzenie w korespondencji reklamacyjnej przekazanej przez Przedsiębiorcę (por. nb. 46 decyzji).
- [102] Jak wynika z ustalonego stanu faktycznego, UPC Polska ostatecznie ***** nie dochodzi od konsumentów zwrotu roszczenia wynikającego z art. 57 ust. 6 Pt w takiej wysokości, jaka została ustalona w regulaminach promocji. Jak wynika z danych przekazanych przez Spółkę, ***** ,
bądź też w ogóle ***** (por. nb. 40 decyzji), więc wypowiedzenie umowy przed terminem finalnie w części przypadków mogłoby nieść

³⁹ Szerzej o przedmiotowych postępowaniach por. nb.: 4-6 decyzji.

dla konsumenta mniej dotkliwe finansowo konsekwencje niż jej kontynuowanie (niekiedy bez korzystania z usług).

- [103] Fakt, iż Spółka uznaniowo decyduje o niepobieraniu części ulg, nie może stanowić kluczowego czynnika w momencie podejmowania przez konsumenta decyzji o zawarciu umowy ze względu na swój następczy charakter. Konsument, który otrzymuje informację o wysokości ulgi, którą musi zwrócić w związku z wypowiedzeniem umowy, może nie zdecydować się ostatecznie na rezygnację z powodów opisanych powyżej. Konsument może nie mieć bowiem świadomości, że Przedsiębiorca może podjąć decyzję o zwolnieniu go z opłaty bądź jej obniżeniu na skutek złożonej reklamacji. Jak wynika przy tym z przekazanej korespondencji reklamacyjnej - zdarzały się sytuacje, w których mimo złożenia reklamacji - konsumenci byli obciążani wysokim roszczeniem (por. nb. 46 decyzji). W tej sytuacji zniekształcenie zachowania konsumenta będzie polegało na zobowiązaniu go do uiszczenia wygórowanych kosztów wypowiedzenia. Możliwość potencjalnego obciążenia zwrotem naliczonej ulgi może być czynnikiem decydującym o kontynuowaniu umowy zawartej z UPC Polska.
- [104] Konsument może być zainteresowany wcześniejszym zakończeniem umowy z wielu względów. Przykładowo: z uwagi na trudną sytuację materialną, w której mógł się znaleźć (chęć obniżenia kosztów za usługi telekomunikacyjne), z uwagi na znalezienie korzystniejszej dla siebie oferty (m.in. innych usług dodatkowych, których Spółka nie świadczy), z uwagi na to, że nie ma możliwości dalszego korzystania z usług Przedsiębiorcy (np. w miejscu, do którego się przeprowadził, Spółka nie świadczy usług). Przeciętny konsument nie jest w stanie zaś przewidzieć ostatecznej decyzji Spółki co do obniżenia lub odstąpienia od naliczenia wysokiego roszczenia, co często skutkuje podjęciem przez konsumentów decyzji o kontynuowaniu umowy z Przedsiębiorcą (por. nb. 46-47 decyzji), co może mieć jeszcze inne konsekwencje przykładowo, w sytuacji gdy umowa kończy się, konsument musi wykazać szczególną ostrożność, ponieważ brak wypowiedzenia jej w odpowiednim momencie może skutkować wzrostem opłat z uwagi na koniec okresu promocyjnego.
- [105] W rozpatrywanej sprawie jedną z konsekwencji działania Przedsiębiorcy jest również takie zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta, które prowadzi m.in. do utrudnienia zmiany dostawcy usług telekomunikacyjnych. Skonstruowanie oferty przez Spółkę w opisanym kształcie - w sposób z pozoru bardzo atrakcyjny - pociąga za sobą szereg problemów po stronie konsumentów, co ostatecznie może prowadzić i niejednokrotnie prowadzi do zaniechania wypowiedzenia umowy z obawy przed wysokimi konsekwencjami finansowym (por. nb. 46-47 decyzji).
- [106] Podkreślenia przy tym wymaga, że w postępowaniu kwestionowany jest mechanizm, który pozwala UPC Polska już na samo naliczanie wysokich ulg. Odstępowanie od pobierania roszczeń w większości przypadków zależy wyłącznie od jej „dobrej woli” - stanowiska, jakie w danym momencie i wobec danego konsumenta przyjmuje, które może ulec zmianie w każdym czasie.
- [107] Ze strony internetowej Spółki wynika, że w razie rozwiązania przez konsumenta umowy przed upływem okresu zobowiązania, Spółka może dochodzić zapłaty roszczenia wynikającego z art. 57 ust. 6 Pt (wskazany jest również sposób obliczenia pozostałej

przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach. Interes konsumentów należy przy tym rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę za zasługujący na ochronę i zabezpieczenie.

- [113] Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest powiązane z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów *stricte* ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak i prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych (naruszenie o charakterze pozaekonomicznym).
- [114] W niniejszej sprawie bezprawne działanie Spółki nie dotyczyło interesów poszczególnych osób, lecz szerokiego kręgu konsumentów, których sytuacja była identyczna dla całej grupy adresatów ofert promocyjnych. Co istotne, skutkami opisanej praktyki byli dotknięci wszyscy konsumenci uczestniczący w obrocie na rynku telekomunikacyjnym: zarówno dotychczasowi, ale też potencjalni, dopiero zamierzający zawrzeć umowę z UPC Polska.
- [115] Naruszenie o charakterze ekonomicznym w niniejszej sprawie przejawia się w konieczności ponoszenia nieproporcjonalnie wysokiego roszczenia wynikającego z art. 57 ust. 6 Pt, przekraczającego wartość zawartej ze Spółką umowy. Naruszenie o charakterze pozaekonomicznym przejawia się zaś w wywołaniu obawy u konsumentów związanej z naliczeniem wysokiego roszczenia wynikającego z art. 57 ust. 6 Pt, co zniekształca decyzje rynkowe przeciętnego konsumenta, w tym swobodę wyboru konkretnego dostawcy usług telekomunikacyjnych i oferty, a w konsekwencji skutkuje kontynuowaniem umowy ze Spółką.

9. Środki usunięcia trwających skutków naruszenia (pkt II sentencji decyzji)

- [116] Zgodnie z art. 26 ust. 2 uokik w decyzji stwierdzającej stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. W myśl art. 26 ust. 4 uokik środki, o których mowa w ust. 2, powinny być proporcjonalne do wagi i rodzaju naruszenia oraz konieczne do usunięcia jego skutków.
- [117] W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu środków usunięcia trwających skutków stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych w punkcie II decyzji.
- [118] Prezes Urzędu, uznając w pkt I decyzji praktykę Spółki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, nakazał zaniechanie jej stosowania. Zaniechanie stosowania praktyki wywołuje jednak skutki wobec zbiorowości konsumentów jedynie na przyszłość, tj. prowadzi do wyeliminowania szkodliwych zachowań wobec konsumentów, którzy staną lub mogliby stać się abonentami UPC Polska, a także którzy już są abonentami Spółki, lecz nie dotknęły ich jeszcze skutki praktyki stwierdzonej w decyzji (w niniejszym stanie faktycznym - konsumentów, którzy nie zdecydowali się jeszcze na przedterminowe zakończenie umowy, której zawarcie wiązało się z przyznaniem ulgi). W tym kontekście, biorąc pod uwagę zasięg i wagę trwających

skutków stosowanej przez Spółkę praktyki wobec aktualnych i byłych abonentów Przedsiębiorcy, Prezes Urzędu uznał za konieczne nałożenie na Spółkę środków zmierzających do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów wobec grupy konsumentów dotkniętych najdalej idącymi konsekwencjami finansowymi.

- [119] Decydując o nałożeniu środków zmierzających do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, Prezes Urzędu, posługując się cezurą czasową, postanowił o ograniczeniu grupy konsumentów, którym środki te na mocy niniejszej decyzji będą przysługiwać.
- [120] Ustalając grupę konsumentów, Prezes Urzędu w pierwszej kolejności określił grupę konsumentów dotkniętych kwestionowaną praktyką UPC Polska. W tym kontekście datą graniczną będzie 1 stycznia 2020 r. W ocenie Prezesa Urzędu tak zakreślony okres pozwoli na usunięcie skutków praktyki względem tej grupy konsumentów, których dotknęły najdalej idące finansowe konsekwencje praktyk Spółki, a jednocześnie nie będzie środkiem przekraczającym możliwości Przedsiębiorcy. Tym samym nałożone przez Prezesa Urzędu środki będą dotyczyły konsumentów, którzy wypowiedzieli umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (lub Spółka wypowiedziała je z winy konsumentów) od tej daty. Grupa konsumentów, wobec których przewidziano usunięcie skutków, obejmie zatem również konsumentów, których sygnały dotyczące kwestionowanej praktyki Spółki wpłynęły do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w 2021 r. i dotyczyły umów zawartych w 2020 r.
- [121] Mając na uwadze powyższe, określając środki zmierzające do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, Prezes Urzędu wyodrębnił grupę konsumentów, którzy spełniali następujące przesłanki:
- od 1 stycznia 2020 r. do dnia uprawomocnienia niniejszej decyzji wypowiedzieli umowy (lub umowy zostały im wypowiedziane z ich winy) o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawarte z UPC Polska na czas oznaczony z promocyjnym okresem zobowiązania,
 - a UPC Polska pobrała od nich roszczenie, o którym mowa w art. 57 ust. 6 Pt, w kwocie przewyższającej sumę opłat abonamentowych, pozostałych do końca trwania umowy,
- [122] Ww. grupę konsumentów dotkniętych praktykami UPC Polska stanowią byli abonenci Spółki - osoby, które wypowiedziały umowę przed terminem, bądź to Spółka wypowiedziała umowę konsumentom z ich winy)⁴⁰ oraz zostały obciążone roszczeniem w kwocie przekraczającej sumę opłat abonamentowych pozostałych do końca umowy.
- [123] Środek usunięcia skutków naruszenia określony w pkt II.1. rozstrzygnięcia decyzji dotyczy zatem byłych abonentów, którzy uiścili żądane przez Przedsiębiorcę kwoty - obejmuje zatem obowiązek zwrotu kwoty roszczenia przewyższającej wartość sumy opłat abonamentowych pozostałych do końca trwania umowy.

⁴⁰ Nie ma przy tym znaczenia, czy następnie konsumenci zawarli kolejną umowę z UPC, a więc mogą obecnie pozostawać abonentami Spółki.

- [124] Obowiązek określony z pkt II.2 to skierowanie w terminie 2 (dwóch) miesięcy od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji informacji w formie wiadomości SMS bądź drogą mailową (w zależności od posiadanych przez Przedsiębiorcę danych) o przysługujących im uprawnieniach, co oznacza, że komunikat zostanie przesłany pod numer telefonu (komórkowy) wskazany przez konsumentów do kontaktu, bądź przesłania na wskazany przez konsumentów adres mailowy.
- [125] Czynności, o których mowa w pkt II.2, które będzie musiał podjąć konsument w celu poinformowania Spółki o woli skorzystania z przysługujących mu uprawnień, tj. żądania zwrotu kwoty roszczenia w części, w jakiej kwota ta przewyższała sumę opłat abonamentowych pozostałych do końca trwania umowy, nie powinny być z jego punktu widzenia czynnościami nadmiernie skomplikowanymi, wymagającymi podjęcia szeregu działań. Czynności te powinny sprowadzać się do przekazania Spółce oświadczenia woli konsumenta wraz ze wskazaniem numeru konta bankowego w możliwie prostej formie, tj. telefonicznie bądź przez udostępniony przez Przedsiębiorcę formularz znajdujący się na stronie internetowej UPC Polska.
- [126] W pkt II.3 rozstrzygnięcia decyzji Prezes UOKiK nałożył na Spółkę obowiązek skierowania informacji w formie wiadomości SMS bądź wiadomości mailowej (w zależności od posiadanych danych) w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji - do wszystkich konsumentów, którzy zawarli, w okresie od 1 stycznia 2020 r. do dnia uprawomocnienia się decyzji, z UPC Polska umowy na czas oznaczony, których zawarcie wiązało się z przyznaniem ulg (bez względu na to czy umowy te zostały rozwiązane czy nadal obowiązują), w których ustalona wartość roszczenia wynikająca z art. 57 ust. 6 Prawa telekomunikacyjnego przewyższała wartość tych umów (w rozumieniu sumy opłat abonamentowych, które konsumenci są zobowiązani opłacić w czasie trwania umowy). Powyższe ma na celu poinformowanie konsumentów o fakcie wydania decyzji, jej oznaczeniu i dacie wydania (w celu jej późniejszej identyfikacji lub ułatwienia dotarcia do jej treści) oraz wskazanie, jakie zachowanie Spółki zostało uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Informacja o wydaniu decyzji zostanie przekazana konsumentom, którzy mogli być dotknięci działaniami UPC Polska.
- [127] Wysłanie powyższej informacji w formie wiadomości SMS lub wiadomości e-mail uzasadniana przekazanie jej bezpośrednio do odbiorcy - konsumenta, który wskazał określony numer telefonu lub adresu e-mail do kontaktu. Powyższe zagwarantuje, że konsument otrzyma ww. informację.
- [128] W pkt II.4 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył obowiązek publikacji na stronie internetowej UPC Polska (na dzień wydania decyzji mieszczącej się pod adresem www.upc.pl), w terminie miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK, komunikatu o treści określonej w pkt II.4 rozstrzygnięcia decyzji oraz odsyłającego do podstrony zawierającej informację o treści decyzji, a także hipertącza (link) do decyzji Prezesa Urzędu w wersji jawnej. W ocenie Prezesa Urzędu nałożony na Przedsiębiorcę obowiązek publikacyjny zmierza do przekazania możliwie najszerszemu kręgowi odbiorców (konsumentów - również tych niebędących abonentami Spółki, jak i innych profesjonalnych uczestników rynku) informacji

i działaniach UPC Polska uznanych za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

[129] Obowiązek ten spełni funkcję edukacyjną oraz prewencyjną. Ma bowiem stanowić czytelną informację dla konsumentów i przedsiębiorców, w jaki sposób - zgodnie z prawem - ukształtować można umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych w zakresie sposobu ustalania wysokości ulg będących podstawą do kalkulacji rozszczenia wynikającego z art. 57 ust. 6 Pt. Jednocześnie ma ostrzegać, iż w przypadku braku dochowania przez przedsiębiorców wymaganych standardów i zastosowania podobnych praktyk, muszą oni liczyć się z określonymi sankcjami.

[130] W pkt II.5 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę obowiązek publikacji w mediach społecznościowych UPC Polska sp. z o.o. (Facebook, Twitter), w terminie miesiąca od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK, komunikatu o określonej treści. Biorąc pod uwagę specyfikę tego rodzaju mediów, Prezes Urzędu wskazuje, że wspomniane komunikaty powinny zostać opublikowane zgodnie z przyjętą strategią komunikacyjną UPC Polska, przez co należy rozumieć następujące zasady. W przypadku istnienia zwyczajowo możliwości komentowania postów publikowanych przez Przedsiębiorcę w ww. mediach społecznościowych, również w przypadku komunikatu, o którym mowa w pkt II.5, powinna istnieć taka możliwość. Podobnie w odniesieniu do czasu publikacji postów⁴¹, komunikat, o którym mowa w pkt II.5 decyzji powinien być zamieszczony w porach, w których zwykle Spółka publikuje posty. Obowiązek ten spełni funkcje, o których mowa w nb. 115 decyzji.

[131] Zakres nałożonego na Przedsiębiorcę obowiązku jest proporcjonalny do jego możliwości i wagi stwierdzonego naruszenia. Jest to obowiązek, którego realizacja nie będzie dla Spółki nadmiernie uciążliwa, a jednocześnie przyczyni się do zrealizowania funkcji edukacyjnej decyzji.

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

10. Nałożenie kary pieniężnej (pkt III sentencji decyzji)

[132] Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 uokik. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów wprowadza zatem zasadę fakultatywności nakładania kar przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorców, którzy dopuścili się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Przedmiotowa ustawa nie przesądza bezwzględnie wysokości kary nakładanej przez Prezesa Urzędu, który, decydując o tym w każdym konkretnym przypadku, kieruje się założeniem, że sankcja musi spełniać zarówno **funkcję represyjną** (penalną), jak i **prewencyjną** (dyscyplinującą) oraz **wychowawczą** (edukacyjną).

⁴¹ Przez co należy rozumieć porę dnia. Jeśli UPC Polska zwykle zamieszcza posty od poniedziałku do piątku w określonych godzinach, także i komunikat, o którym mowa w pkt II.6 powinien być zamieszczony w takich porach.

- [133] Podstawą obliczenia wysokości kary jest obrót osiągnięty przez Spółkę w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Artykuł 106 ust. 3 uokik, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje w pkt 1 m.in., że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości.
- [134] Obrót został ustalony na podstawie informacji z pisma Spółki z 30 września 2022 r., potwierdzonych przekazaniem rachunkiem zysków i strat, z których wynika, że jej obrót w 2021 r. wyniósł *****

***** . Maksymalna kara pieniężna w odniesieniu do pojedynczej praktyki, jaka może zostać nałożona na Spółkę w oparciu o przepis art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik wynosi *****

***** .
- [135] Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu. Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przestanków, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 uokik te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić, decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia, biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 uokik).
- [136] Nakładając kary pieniężne na przedsiębiorców, Prezes Urzędu ustala, czy naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. W świetle obowiązujących przepisów prawa, stwierdzenie nawet nieumyślnego naruszenia uokik daje podstawę do nałożenia kary pieniężnej. Prezes Urzędu stwierdził, iż w niniejszej sprawie do naruszenia doszło choćby nieumyślnie, wobec czego kara może zostać nałożona.
- [137] Ustalając wysokość kar pieniężnych, Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 uokik, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

[138] Zdaniem Prezesa Urzędu, okoliczności niniejszej sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconej Spółce praktyki i jej możliwe negatywne skutki w sferze pozaekonomicznych i ekonomicznych interesów konsumentów, wskazują na celowość zastosowania wobec Spółki tego środka represji.

10.1. Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I rozstrzygnięcia decyzji

[139] W pkt I decyzji uznano określone działanie Przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazano zaniechanie jej stosowania. Praktyka ta polega na ustalaniu wysokości ulg przyznawanych konsumentom przy zawieraniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych będących podstawą do kalkulacji roszczenia wynikającego z art. 57 ust. 6 Pt na poziomie przekraczającym wartość tych umów, w rozumieniu sumy opłat abonamentowych, które konsumenci są zobowiązani opłacić w czasie trwania umów.

[140] Nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu dokonał przede wszystkim oceny, czy naruszenie przez Spółkę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w sposób określony w pkt I niniejszej decyzji miało charakter umyślny czy nieumyślny. Kara pieniężna może zostać nałożona w przypadku, gdy przedsiębiorca „choćby nieumyślnie” dopuścił się naruszenia zakazu o którym mowa w art. 24 ust. 1 uokik. Prezes Urzędu zważył zatem przede wszystkim, czy Spółka miała zamiar stosowania praktyki wskazanej w pkt I decyzji, czy też praktyka ta była jedynie skutkiem niezachowania przez nią ostrożności wymaganej w danych okolicznościach. Zdaniem Prezesa Urzędu ogół okoliczności sprawy każe przyjąć, że praktyka spowodowana była niezachowaniem przez Spółkę należytego stopnia ostrożności oraz niedołożeniem wystarczających starań w dostosowaniu swojej działalności do obowiązującego porządku prawnego.

[141] Przede wszystkim UPC Polska, jako profesjonalista i podmiot, do którego kluczowych aktywności należy zawieranie umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych w obrocie konsumenckim, powinna była zachować należyta staranność w respektowaniu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. W szczególności Spółka mogła zadbać by warunki zawieranych umów były konstruowane z dbałością - nie tylko o interesy UPC Polska, ale też interesy nieprofesjonalnych kontrahentów. Od momentu wszczęcia przez Prezesa Urzędu postępowania wyjaśniającego 14 maja 2021 r., mogła również dokonać weryfikacji swojego stanowiska skutkującego zmianą praktyki.

[142] Ocena zgromadzonego materiału dowodowego w sprawie - w szczególności analiza danych przekazanych przez Spółkę, w tym stosowanych przez nią regulaminów promocji, wskazuje na co najmniej nieumyślne naruszenie przez Spółkę zakazu wyrażonego w art. 24 uokik. Podejmując opisane w decyzji działanie Przedsiębiorca powinien był uwzględnić możliwość naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.

[143] Ustalenie wysokości kary w przedmiotowej sprawie w odniesieniu do praktyki wskazanej w pkt I rozstrzygnięcia decyzji miało charakter wieloetapowy. Ustalając wymiar kary pieniężnej, Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonej praktyki i na tej podstawie ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie - w oparciu o zaistniałe w sprawie

okoliczności mające wpływ na wysokość kary - dokonał gradacji ustalonej kwoty bazowej.

[144] Przy ustalaniu kwoty bazowej Prezes Urzędu w szczególności wziął pod uwagę, że działanie Przedsiębiorcy godzi w zbiorowe interesy konsumentów na etapie zawierania umowy ze skutkiem na etapie jej wykonywania poprzez ustalenie wysokości ulg przyznawanych konsumentom w taki sposób, że wysokość roszczenia wynikającego z art. 57 ust. 6 Pt jest wyższa niż wartość zawartych umów (rozumianych jako suma opłat abonamentowych, które konsumenci są zobowiązani opłacić w czasie trwania umów). To z kolei oddziałuje negatywnie na interesy konsumentów chcących wypowiedzieć umowy zawarte na czas oznaczony przed terminem - mogą bowiem być obciążeni roszczeniem przewyższającym wartość opłat abonamentowych pozostałych do końca trwania umowy. Ponadto z obawy przed obciążeniem nadmiernie wysokim roszczeniem mogą ostatecznie nie zdecydować się na rozwiązanie tak ukształtowanego stosunku prawnego mimo tego, że w *****
*****.

[145] Prezes Urzędu uwzględnił ponadto, że Spółka *****

*****.

[146] Oceniając wagę naruszenia Prezes UOKiK miał również na względzie to, że zakwestionowaną praktyką dotknięta była przeważająca część konsumentów, którzy zawarli ze Spółką umowę na czas oznaczony z promocyjnym okresem zobowiązania (por. nb. 33 i 33 decyzji). Prezes Urzędu wziął również pod uwagę długi okres stosowania praktyki - co najmniej od 2018 r.

[147] W procesie kalkulacji kary Prezes Urzędu wziął ponadto pod uwagę fakt uprzedniego naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stwierdzonego w decyzji nr RBG 5/2016. W Decyzji tej stwierdzono naruszenie polegające na jednostronnej zmianie warunków umowy, mimo że w umowach o świadczenie usług telekomunikacyjnych nie zostały wskazane przesłanki umożliwiające dokonanie jednostronnego podwyższenia opłaty abonamentowej w trakcie trwania umowy przez UPC Polska. Decyzja jest prawomocna.

[148] Mając na uwadze powyższe, ocena stwierdzonego naruszenia pozwoliła Prezesowi Urzędu na przyjęcie kwoty bazowej służącej do obliczenia kary w wysokości *** % przychodu osiągniętego przez Spółkę. Tym samym ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa wynosi *****
*****.

[149] Ustalając ostateczny wymiar kary pieniężnej nałożonej na Spółkę, Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących.

[150] W procesie kalkulacji kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę okoliczność obciążającą, tj. znaczny zasięg terytorialny naruszenia. Uwzględnienie przedmiotowej okoliczności jest skutkiem prowadzenia przez Spółkę działalności gospodarczej, w tym

występowania skutków praktyki, na terenie całego kraju. Z uwagi na powyższe kwotę bazową należało zwiększyć o **20%**.

- [151] Prezes Urzędu nie dopatrył się w niniejszej sprawie innych okoliczności obciążających oraz żadnych okoliczności łagodzących, które uzasadniałyby zmniejszenie wysokości kary.
- [152] Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyki stwierdzonej w pkt I decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości (po zaokrągleniu do pełnych złotych) 12 585 082 złote (słownie: dwanaście milionów pięćset osiemdziesiąt pięć tysięcy osiemdziesiąt dwa złote złote). Nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się zatem w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik i jednocześnie stanowi *** % obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2021 r. czyli *** % kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.
- [153] W ocenie Prezesa Urzędu kara we wskazanej powyżej wysokości spełni stawiane przed nią cele. Wymierzona kara jest również adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

11. Koszty postępowania (pkt IV sentencji decyzji)

- [154] Zgodnie z art. 80 uokik, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W sprawach nieuregulowanych w uokik do postępowań przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy kpa (art. 83 uokik). Zgodnie z art. 77 ust. 1 uokik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów uokik, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.
- [155] Zgodnie z art. 263 § 1 kpa, do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Organ administracji publicznej może zaliczyć do kosztów postępowania także inne koszty bezpośrednio związane z rozstrzygnięciem sprawy (art. 263 § 2 kpa). Zgodnie z art. 264 § 1 kpa jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.
- [156] W wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu w pkt I rozstrzygnięcia decyzji stwierdził, że Spółka naruszyła przepisy uokik w zakresie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania oraz podmiotami współpracującymi ze Spółką. W związku z powyższym, postanowiono obciążyć Spółkę kosztami postępowania w wysokości **93 zł**.
- [157] Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa **Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000** w terminie **14 dni** od uprawomocnienia się decyzji.

12. Pouczenie

- [158] Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokik, karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.
- [159] Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2021 r. poz. 1805 ze zm., dalej jako „kpc.”) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
- [160] 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 2022 r., poz. 1125 ze zm., dalej jako: „ustawa o kosztach sądowych”), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.
- [161] W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt V rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 264 § 2 kpa w zw. z art. 80 oraz stosownie do art. 81 ust. 5 uokik w związku z 479³² § 1 i § 2 kpc, przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w **terminie tygodnia** od dnia doręczenia niniejszej decyzji.
- [162] Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 2 ustawy o kosztach sądowych zażalenie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł.
- [163] Zgodnie z art. 103 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki (art. 103 ust. 2 ustawy o kosztach sądowych).
- [164] Zgodnie z art. 105 ust. 1 i ustawy o kosztach sądowych, 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.
- [165] Stosownie do treści art. 117 § 1 Kodeksu postępowania cywilnego strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Jednocześnie art. 117 § 3 Kodeksu postępowania cywilnego stanowi, że 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 wykaze, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Zgodnie z art. 117 § 4 zd. 1 Kodeksu postępowania cywilnego 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.

Załącznik:

1. spis treści

Otrzymują:

1. *****

2. a/a.

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

Załącznik 1
Struktura uzasadnienia decyzji

Spis treści

UZASADNIENIE.....	5
Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny	11
1. Udzielanie ulg przez UPC Polska	11
2. Rodzaj i liczba zawieranych umów przez UPC Polska.....	12
3. Wysokość udzielonej ulgi będącej podstawą do kalkulacji roszczenia wynikającego z art. 57 ust. 6 Pt 15	
4. Sposób informowania o wysokości przyznanej ulgi wynikającej z art. 57 ust. 6 Pt	17
5. Obciążanie konsumentów roszczeniem z art. 57 ust. 6 Pt	19
6. Reklamacje konsumentów	21
Prezes Urzędu zważył, co następuje:	28
7. Naruszenie interesu publicznego	28
8. Naruszenie zakazu określonego w art. 24 uokik	29
8.1. Status przedsiębiorcy	29
8.2. Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub z dobrymi obyczajami.....	30
8.2.1. Model przeciętnego konsumenta.....	31
8.2.2. Sprzeczność z dobrymi obyczajami praktyki określonej w pkt I decyzji	33
8.2.2.1. Sprzeczność z dobrymi obyczajami	33
8.2.3. Istotne zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej wykonywania lub po jej zawarciu	40
8.3. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów	42
9. Środki usunięcia trwających skutków naruszenia (pkt II sentencji decyzji)	43



10.	Nałożenie kary pieniężnej (pkt III sentencji decyzji)	46
10.1.	Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w pkt I rozstrzygnięcia decyzji.....	48
11.	Koszty postępowania (pkt IV sentencji decyzji).....	50
12.	Pouczenie	51

