



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W KRAKOWIE**

L.dz. RKR-61-12/05/LP- /05

Kraków, dn. 7 kwietnia 2005 r.

DECYZJA Nr RKR -24/2005

Na podstawie art. 23d. ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 ze zm.) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 18, poz. 172, ze zm.), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

stwierdza się, że działanie AUTOCOM Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie przy ul. Lubelskiej 29, polegające na niepoinformowaniu abonentów o ustawowym obniżeniu - z dniem 1 maja 2004 r. - stawki podatku VAT na usługi radia i telewizji kablowej z 22% na 7% i związanej z tym zmianie struktury opłaty abonamentowej, tzn. podwyższeniu ceny abonamentu netto, nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

UZASADNIENIE

W dniu 3 grudnia 2004 r. do Delegatury UOKiK w Krakowie wpłynęła skarga konsumenta - abonenta AUTOCOM Sp. z o.o. (zwanej dalej także jako Operator lub Spółka) - na wprowadzenie przez Spółkę ukrytej podwyżki cen abonamentu.

Konsument podniósł, że z dniem 1 maja 2004 r. uległa obniżeniu stawka podatku VAT na usługi radia i telewizji kablowej z 22% na 7%. Natomiast AUTOCOM o fakcie tym oraz wiążącym się z nim wzrostem ceny netto abonamentu nie powiadomił abonentów.

Ponieważ przeprowadzone postępowanie wyjaśniające potwierdziło fakty opisane w skardze, w dniu 21 stycznia 2005 r. postanowieniem nr RKR-20/2005 zostało wszczęte z urzędu postępowanie w sprawie stosowania przez AUTOCOM praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom – abonentom Spółki - rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Spółce postawiono zarzut, iż niepoinformowanie abonentów o zmianie z dniem 1 maja 2004 r. stawki podatku VAT na usługi radia i telewizji kablowej z 22% na 7% i związanej z tym zmianie struktury opłaty abonamentowej brutto, tzn. podwyższeniu ceny abonamentu netto, mogło stanowić naruszenie art. 23 a. ust. 1 i ust. 2 powołanej na wstępie ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów - zwanej dalej „ustawą o ochronie (...)”.

W toku postępowania organ antymonopolowy ustalił, co następuje:

Obowiązująca do 30 kwietnia 2004 r. ustawa z dnia 8 stycznia 1993 r. o podatku od towarów i usług oraz podatku akcyzowym (Dz.U. Nr 11, poz. 50) - w załączniku nr 3 zawierającym wykaz towarów i usług, których sprzedaż lub świadczenie jest objęte stawką podatku w wysokości 7% - nie uwzględniała usługi radia i telewizji kablowej, a co za tym idzie na usługę tę obowiązywała stawka podstawowa podatku VAT w wysokości 22%.

Z dniem 1 maja 2004 r. weszła w życie ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz.U. Nr 54, poz. 535). W załączniku nr 3 do tej ustawy, w poz. 151, usługi radia i telewizji kablowej uwzględnione zostały jako objęte stawką VAT w wysokości 7%.

Na podstawie zawartości strony internetowej AUTOCOM (www.autocom.pl), organ antymonopolowy ustalił, iż Operator ten świadczy na terenie Krakowa usługi radia i telewizji kablowej. Proponuje w swojej ofercie trzy rodzaje miesięcznych abonamentów: Mulicom, Basic i Antena, a cennik na te usługi – wg informacji zamieszczonych na tej stronie - obowiązuje od 1 lipca 2003 r.

Spółka AUTOCOM - w piśmie z dnia 6 stycznia 2005 r. (pismo znak: A/284/12/04) - oświadczyła, że nie powiadomiła abonentów o zmianie od dnia 1 maja 2004 r. stawki podatku VAT, której skutkiem była zmiana struktury abonamentu, tj. wzrost ceny abonamentu netto.

Spółka potwierdziła, iż zmiana struktury abonamentu nastąpiła we wszystkich oferowanych przez nią rodzajach abonamentów.

W piśmie z dnia 7 lutego 2005r. (znak: A/24/01/05) Operator podniósł, iż gdyby odbiorcy ich usług byli podatnikami podatku VAT, to byłiby uprawnieni do otrzymania faktury, w której stawka i kwota podatku byłyby wyodrębnione.

Natomiast osoby fizyczne otrzymują od operatora jedynie dokument stanowiący podstawę płatności (dowód wpłaty), uwzględniający cenę za usługę brutto, tj. obejmującą podatek VAT, który jednak nie jest w tym dokumencie wyszczególniony.

Zdaniem Spółki AUTOCOM, nie była ona zobowiązana do powiadomienia abonentów o zmianie stawki podatku VAT, a co za tym idzie zmianie struktury abonamentu, ponieważ sama cena abonamentu, przez którą - stosownie art. 3 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 5 lipca 2001 r. o cenach (Dz.U. Nr 97, poz. 1050 ze zm.) - należy rozumieć wartość wyrażoną w jednostkach pieniężnych, którą kupujący jest zobowiązany zapłacić przedsiębiorcy za towar lub usługę - nie uległa zmianie.

Mając powyższe na uwadze organ antymonopolowy zważył, co następuje:

Stosownie do art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie (...) przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy, przy czym zbiorowym interesem konsumentów nie jest suma ich interesów indywidualnych.

Zgodnie z art. 23 a ust. 2 ustawy, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

AUTOCOM jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie (...). Świadczy na rzecz konsumentów usługi przesyłu sygnału radia i telewizji kablowej wg wybranego przez abonenta pakietu programowego, zawierając w tym celu odpowiednie „Umowy Abonenckie”. Według informacji zawartej na stronie internetowej, sieć AUTOCOM obejmuje niemal cały Kraków oraz Skawinę, docierając ze swoją ofertą do ponad 130.000 mieszkań.

Wobec powyższego, działania AUTOCOM podlegają ocenie pod kątem ewentualnego stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, gdyż wszelkie informacje udzielane przez tego przedsiębiorcę docierają do wszystkich jego abonentów (konsumentów), wypełniając tym samym przesłankę interesu zbiorowego.

Uwzględniając ustalenia postępowania za bezsporne należy uznać, iż AUTOCOM dostarczając swoim abonentom, którzy nie są przedsiębiorcami, jedynie dowody wpłaty informujące wyłącznie o wysokości ceny abonamentu brutto, nie przekazuje im informacji na

temat struktury ceny, tzn. jaka jej część stanowi przychód Operatora, a jaka część stanowi przychód budżetu państwa w postaci podatku VAT.

Należy zgodzić się jednak ze Spółką AUTOCOM, iż informacji zawierającej przekaz wyłącznie na temat wysokości ceny brutto nie można postawić zarzutu, iż jest ona nieprawdziwa lub nierzetelna. Nie istnieją bowiem podstawy, aby pod pojęciem ceny można było rozumieć coś innego, niż wartość wyrażoną w jednostkach pieniężnych, którą kupujący jest zobowiązany zapłacić przedsiębiorcy za towar lub usługę, gdyż taka jest definicja ceny zawarta w art. 3 ust. 1 pkt 1 ustawy o cenach. W niniejszej sprawie konsument winien zapłacić Operatorowi cenę brutto i tę wartość pieniężną zawiera dowód wpłaty abonamentu.

Z drugiej strony - analizując aktualne przepisy prawne - należy zauważyć, iż obowiązująca od dnia 1 maja 2004 r. wspomniana wcześniej ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług - w art. 111 ust. 1 - nakłada na podatników dokonujących sprzedaży na rzecz osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej (a zatem konsumentów, w rozumieniu art. 4 pkt 11 ustawy o ochronie (...) - przyp. UOKiK) obowiązek prowadzenia ewidencji obrotu i kwot podatku należnego przy zastosowaniu kas rejestrujących. W świetle art. 111 ust. 9 pkt 2 tej ustawy kasy rejestrujące winny spełniać takie warunki techniczne, aby przy ich pomocy m. innymi zapewnić konsumentowi prawo do otrzymania dowodu nabycia towaru lub usługi z uwidocznioną kwotą podatku oraz możliwość kontroli przez klienta czynności dotyczących prawidłowego ewidencjonowania transakcji.

Ustawa o podatku od towarów i usług nakłada także - w art. 106 ust. 1 - na przedsiębiorców obowiązek wystawienia faktury stwierdzającej w szczególności dokonanie sprzedaży, datę dokonania sprzedaży, cenę jednostkową bez podatku, podstawę opodatkowania, stawkę i kwotę podatku, kwotę należności oraz dane dotyczące podatnika i nabywcy. W świetle art. 106 ust. 4 tej ustawy obowiązek wystawienia faktury nie istnieje w przypadku dokonania sprzedaży osobom fizycznym nieprowadzącym działalności gospodarczej chyba, że osoby te wystawienia faktury zażądają.

W ocenie organu antymonopolowego, intencja cytowanych wyżej przepisów jest zbieżna z poglądami doktryny dotyczącymi prawa konsumenta do uzyskania pełnej informacji.

Zdaniem prof. Ewy Łętowskiej (cyt.): *„Obowiązek informowania partnera o istotnych (z jego punktu widzenia) okolicznościach dotyczących kontraktu, jego przedmiotu i treści, przedmiotu świadczenia, a także powinności czynienia tego w sposób prawdziwy, rzeczowy i kompletny – jest cechą generalną prawa umów i wypływa z obowiązku lojalnego kontraktowania, dotyczącego zarówno stadium przedkontraktowego, jak i wszelkich dalszych faz już istniejącego stosunku prawnego* (tak: Ewa Łętowska, Prawo umów konsumenckich, wydanie 2, Wydawnictwo C.H. Beck Warszawa 2002, str. 215-216). Dokonując analizy kolejnych programów polityki ochrony konsumentów Wspólnoty Europejskiej prof. Ewa Łętowska podkreśla również, iż (cyt.): *„prawo konsumenta do uzyskania wiedzy o przedmiocie i warunkach transakcji (a nawet- szerzej - o warunkach uczestnictwa w rynku), do uzyskania w ten sposób podstaw do oceny sytuacji rynkowej i możliwie swobodnego podjęcia decyzji, a więc świadomego odgrywania na nim roli „biernego podmiotu ekonomicznego” - jest jednym z zasadniczych praw konsumenta”* (E. Łętowska - Europejskie prawo umów konsumenckich Wydawnictwo C.H. Beck Warszawa 2004 str. 123).

Z cytowanych wyżej poglądów doktryny wynika, iż regulacje dotyczące praw konsumentów oraz działania organów, które prawa te egzekwują ukierunkowane winny być na zapewnienie konsumentom wiedzy na tyle szerokiej, na ile jest to niezbędne dla właściwej oceny sytuacji rynkowej, warunków uczestnictwa w rynku, co zapewniłoby konsumentom możliwość odgrywania na rynku roli *świadomego, choć biernego, podmiotu ekonomicznego*.

Analizując pod tym kątem zachowania Spółki AUTOCOM - w ocenie organu antymonopolowego - należy stwierdzić, iż fakt nie poinformowania abonentów o zmianie wysokości podatku VAT uniemożliwia im uzyskanie wiedzy na temat warunków uczestnictwa w rynku, tj. o tym, jaka część płaconego przez nich abonamentu odpowiada kosztom własnym operatora i ewentualnemu jego zyskowi, a jaka część tego abonamentu stanowi przychód budżetu państwa.

Dokonując jednak ostatecznej oceny sprawy należy rozważyć, czy działanie Spółki AUTOCOM polegające na niedostarczeniu tak szczegółowej informacji wypełnia wszystkie pozostałe przesłanki z art. 23a. ustawy o ochronie (...), a zatem czy AUTOCOM, ograniczając się do udzielenia informacji wyłącznie na temat ceny brutto i nie informując o zmianie struktury tej ceny:

- działał bezprawnie oraz czy
- działanie to godziło w interesy konsumentów.

Analizując cytowane wyżej przepisy ustawy o podatku od towarów usług oraz działania Spółki AUTOCOM stwierdzić należy, iż niedostarczając rachunków abonentom, którzy nie prowadzą działalności gospodarczej, Spółka ta nie naruszyła cytowanego wyżej art. 106 ust. 4 tej ustawy. W przypadku konsumentów na Spółce obowiązek taki nie ciąży, a nadto nie istnieją podstawy do przyjęcia, iż AUTOCOM odmawia wystawienia rachunków jeżeli takie osoby (konsumenty) rachunku zażądają.

Ponieważ AUTOCOM, jako podmiot świadczący usługi telekomunikacyjne jest do dnia 31 grudnia 2005 r. zwolniony z obowiązku ewidencjonowania obrotu i kwot podatku przy zastosowaniu kas (par. 2 pkt 1 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 grudnia 2004 r. w sprawie kas rejestrujących - Dz.U. nr 273 poz. 2706), zatem nie ciąży na nim także obowiązek wystawienia paragonu zawierającego informacje o strukturze ceny.

Wobec powyższego stwierdzić należy, iż AUTOCOM, nie występując do konsumentów z informacją o zmianie, od dnia 1 maja 2004 r., wysokości podatku VAT nie naruszył powołanych wyżej przepisów.

W tym stanie rzeczy do oceny pozostało, czy nie dostarczając konsumentom szczegółowej wiedzy na temat warunków ich uczestnictwa w rynku, godził w ich interesy.

Stosownie do art. 23 a. ust. 2 ustawy o ochronie (...) praktykami naruszającymi zbiorowe interesy konsumentów – oprócz naruszenia obowiązku udzielania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji - jest również stosowanie wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień uznanych za niedozwolone oraz nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę. Dokonując analizy cytowanego wyżej katalogu zachowań - w ocenie organu antymonopolowego - przyjęć należy, iż praktykami godzącymi w interesy konsumentów są wszystkie świadome lub nieświadome działania lub zaniechania przedsiębiorców, które w sposób bezpośredni lub pośredni stwarzają zagrożenie, iż konsument - kierując się powstałym w wyniku tych działań lub zaniechań wyobrażeniem - dokona zakupu oferowanego mu produktu lub z zakupu tego zrezygnuje, dokonując w ten sposób niekorzystnego, godzącego w jego interesy wyboru. Zagrożenie to winno być faktyczne, a co najmniej potencjalne.

Rozpatrując pod tym kątem charakter produktu, jakimi są usługi telewizji kablowej oraz związane z nim oczekiwania konsumentów stwierdzić należy, iż informacja na temat struktury ceny abonamentu nie może - nawet potencjalnie - przesądzić o dokonaniu lub zaniechaniu zakupu tej usługi.

Usługi telewizji kablowej, jak w przypadku każdej innej usługi dostarczanej za pośrednictwem sieci, charakteryzują się ograniczoną podażą. Dotychczasowy lub potencjalny abonent nie posiada dużych możliwości wyboru dostawcy tych usług i jest zmuszony do korzystania z usług jednego, a co najwyżej kilku operatorów, których sieć kablowa dociera lub może dotrzeć do jego mieszkania.

O zakupie usługi telewizji kablowej oraz ewentualnym wyborze operatora - jeżeli możliwość takiego wyboru w ogóle istnieje - decyduje zawartość oferty programowej oraz cena abonamentu, przy czym każdy z operatorów mogących dotrzeć ze swoją ofertą, pobierze od konsumenta cenę brutto. Dla konsumentów, którzy - stosownie do definicji zawartej w art. 4 pkt 11 ustawy o ochronie (...) - nie dokonują zakupu w celu bezpośrednio związanym z działalnością gospodarczą, wartość podatku VAT nie ma praktycznego znaczenia, gdyż konsumenci - w przeciwieństwie do przedsiębiorców - nie mogą domagać się zwrotu podatku uiszczanego w cenie usługi.

Ostatecznie należy stwierdzić, iż pomimo, że brak informacji na temat struktury ceny abonamentu, pozbawia konsumenta wiedzy o warunkach uczestnictwa w rynku, to jednak nie istnieją przepisy prawne, które w dacie zmiany wysokości stawki podatku VAT, tj. w dniu 1 maja 2004 r. nakazywałyby Spółce AUTOCOM informowanie konsumentów o tym fakcie. Działanie to nie było zatem bezprawne. Nie istnieją także przesłanki przemawiające za tym, że niedostarczenie informacji o strukturze ceny, może faktycznie lub potencjalnie zagrozić interesom konsumentów.

Stosownie do art. 23 d. ustawy o ochronie (...), jeżeli nie zachodzą okoliczności określone w art. 23 a. Prezes Urzędu wydaje decyzję, w której stwierdza, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

Mając na uwadze, że w niniejszej sprawie nie zostały łącznie spełnione wszystkie przesłanki z art. 23 a ustawy o ochronie (...), po dogłębnym przeanalizowaniu sprawy wszczętej z urzędu, orzeczono jak na wstępie.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie (...), w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c., od niniejszej decyzji przysługuje stronom odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury w Krakowie, 30-011 Kraków, Plac Szczepański 5.

Z up. Prezesa Urzędu
Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury
Barbara du Vall

Otrzymują:

1. AUTOCOM Sp. z o.o.
ul. Lubelska 29

30-003 Kraków

a/a RKR