



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

DDK-61-3/14/KA

Warszawa, dnia 19 grudnia 2014 r.

Decyzja nr DDK 3/2014

I.

Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania przez ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie) praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, że ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie) stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na stosowaniu 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia w umowach o świadczenie usług dostępu do telewizji satelitarnej zawartych na czas nieoznaczony, co może naruszać art. 57 ust. 5 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 ze zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, po zobowiązaniu się przez ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie) do podjęcia działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie) obowiązek wykonania zobowiązania:**

1. wobec konsumentów, którzy będą zawierać umowy o świadczenie usług od dnia wejścia w życie ustawy o prawach konsumenta, tj. od dnia 25 grudnia 2014 r. – do stosowania wzorców umownych przewidujących jednomiesięczny okres wypowiedzenia dla umów na czas nieoznaczony,
2. wobec dotychczasowych konsumentów, którzy będą przedłużać umowy o świadczenie usług, tj. będą zawierać kolejną umowę na czas oznaczony, od dnia wejścia w życie ustawy o prawach konsumenta, tj. od dnia 25 grudnia 2014 r. – do stosowania wzorców umownych przewidujących jednomiesięczny okres wypowiedzenia dla umów na czas nieoznaczony,
3. wobec pozostałych konsumentów – do wprowadzenia do wzorców umownych klauzuli przewidującej jednomiesięczny okres wypowiedzenia dla umów na czas nieoznaczony najpóźniej do dnia 31 lipca 2015 r. oraz poinformowania tych

abonentów na co najmniej miesiąc przed wejściem tych zmian w życie o planowanych zmianach i możliwości wypowiedzenia umowy z powodu braku ich akceptacji – ze wskazaniem, że wprowadzenie zmian wynika z konieczności usunięcia przez Spółkę niedozwolonych postanowień umownych, a wypowiedzenie umowy przez konsumenta następować będzie na podstawie art. 60a ust. 3 pkt 1 w zw. 60a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 ze zm.), tj. z koniecznością zwrotu przez abonenta ulgi przyznanej abonentowi przy zawieraniu umowy pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania.

II.

Na podstawie art. 28 ust. 3 w związku z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania przez ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione, na podstawie okoliczności sprawy, że ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie) stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, opisaną w pkt. I rozstrzygnięcia decyzji, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie) obowiązek złożenia informacji o realizacji zobowiązania, o którym mowa w pkt. I rozstrzygnięcia decyzji, poprzez przedstawienie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**

1. zmienionych i stosowanych w terminie od dnia 25 grudnia 2014 r. wobec nowych abonentów Spółki wzorców umów przewidujących jednomiesięczny okres wypowiedzenia dla umów na czas nieoznaczony;
2. 5 umów (wraz z kompletem załączników) zawartych z konsumentami w okresie od dnia 25 grudnia 2014 r. do dnia 25 stycznia 2015 r., w oparciu o zmienione, tj. przewidujące jednomiesięczny okres wypowiedzenia dla umów na czas nieoznaczony, wzorce umów;
3. 5 umów (wraz z kompletem załączników) zawartych z konsumentami przed dniem 25 grudnia 2014 r., zmienionych (przedłużonych) po tej dacie, a przed dniem 25 stycznia 2015 r., w oparciu o zmienione, tj. przewidujące jednomiesięczny okres wypowiedzenia dla umów na czas nieoznaczony, wzorce umów

- w terminie 60 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji;

4. 5 imiennych informacji o zmianie warunków umowy obejmującej wprowadzenie do wzorców umów klauzuli przewidującej jednomiesięczny okres wypowiedzenia, wraz ze wszystkimi załącznikami oraz dowodem nadania, wysłanych do konsumentów do dnia 30 czerwca 2015 r.;
5. pisemnego sprawozdania podsumowującego wykonanie zobowiązań, o których mowa w pkt. I.1-3 rozstrzygnięcia decyzji uwzględniającego w szczególności:

- a. wskazanie liczby konsumentów, do których zostały wysłane informacje, o których mowa w pkt. I.3 rozstrzygnięcia decyzji,
- b. wskazanie terminów, w których nastąpiła wysyłka informacji, o których mowa w pkt. I.3 rozstrzygnięcia decyzji, z uwzględnieniem wskazanych w ww. pismach terminów na wypowiedzenie przez abonenta umowy z powodu braku akceptacji proponowanych przez Spółkę zmian

- w terminie 240 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, dalej również jako: „Prezes Urzędu”, przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy przedsiębiorcy ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie, Cyfrowy Polsat S.A. z siedzibą w Warszawie, Canal+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie dopuścili się naruszenia przepisów uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów lub naruszenia chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniającego podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach, w związku ze stosowaniem praktyki polegającej na automatycznym przedłużaniu – w sytuacji braku złożenia przez konsumenta stosownego oświadczenia o rezygnacji (nieprzedłużeniu umowy) przed upływem okresu, na jaki umowa została zawarta – umów o świadczenie usług dostępu do telewizji satelitarnej zawartych na czas oznaczony w umowy na czas nieoznaczony, które mogą zostać rozwiązane z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia.

W dniu 12 marca 2014 r. Prezes Urzędu, na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego, postanowił o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania przez ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie), dalej również jako: „Spółka”, „ITI Neovision”, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na stosowaniu 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia w umowach o świadczenie usług dostępu do telewizji satelitarnej zawartych na czas nieoznaczony, co mogło naruszać art. 57 ust. 5 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 ze zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów. Postanowieniem z dnia 12 marca 2014 r. Prezes Urzędu włączył również do materiału dowodowego w postępowaniu administracyjnym następujące dokumenty zgromadzone w toku postępowania wyjaśniającego (DDK-405-57/13/ŁW/AK/KA):

1. postanowienie z dnia 26 czerwca 2013 r. i zawiadomienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 12 września 2013 r. o wszczęciu postępowania wyjaśniającego,
2. pisma Canal+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie z dnia: 30 września 2013 r., 27 listopada 2013 r., 24 lutego 2014 r.,
3. pisma Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia: 8 listopada 2013 r., 6 lutego 2014 r.,

4. postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o zamknięciu postępowania wyjaśniającego z dnia 10 marca 2014 r.

W toku postępowania administracyjnego ITI Neovision wniosła o wydanie w niniejszej sprawie decyzji w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, dalej również jako: „uokik” lub „ustawa”. W piśmie z dnia 22 sierpnia 2014 r. złożonym w toku postępowania Spółka sformułowała zobowiązanie w zakresie formalnej zmiany wzorców umów:

1. wobec konsumentów, którzy będą zawierać umowy o świadczenie usług od dnia wejścia w życie ustawy o prawach konsumenta, tj. od dnia 25 grudnia 2014 r. – do stosowania wzorców umownych przewidujących jednomiesięczny okres wypowiedzenia dla umów na czas nieoznaczony,
2. wobec dotychczasowych konsumentów, którzy będą przedłużać umowy o świadczenie usług, tj. będą zawierać kolejną umowę na czas oznaczony, od dnia wejścia w życie ustawy o prawach konsumenta, tj. od dnia 25 grudnia 2014 r. – do stosowania wzorców umownych przewidujących jednomiesięczny okres wypowiedzenia dla umów na czas nieoznaczony,
3. wobec pozostałych konsumentów – do wprowadzenia do wzorców umownych klauzuli przewidującej jednomiesięczny okres wypowiedzenia dla umów na czas nieoznaczony najpóźniej do dnia 31 lipca 2015 r. oraz poinformowania tych abonentów na co najmniej miesiąc przed wejściem tych zmian w życie o planowanych zmianach i możliwości wypowiedzenia umowy z powodu braku ich akceptacji – ze wskazaniem, że wprowadzenie zmian wynika z konieczności usunięcia przez Spółkę niedozwolonych postanowień umownych, a wypowiedzenie umowy przez konsumenta następować będzie na podstawie art. 60a ust. 3 pkt 1 w zw. 60a ust. 1 i 2 ustawy Prawo telekomunikacyjne, tj. z koniecznością zwrotu przez abonenta ulgi przyznanej abonentowi przy zawieraniu umowy pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tj. Dz. U. z 2013 r., poz. 267), Prezes Urzędu zawiadomił pismem z dnia 4 grudnia 2014 r. Spółkę o zakończeniu postępowania dowodowego w przedmiotowej sprawie, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami sprawy. W dniu 10 grudnia 2014 r. z aktami sprawy zapoznał się pełnomocnik Spółki.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił, co następuje.

ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy pod numerem 0000469644. Działalność telekomunikacyjna jest działalnością regulowaną i podlega również wpisowi do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej. ITI Neovision jest wpisana do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych pod numerem 6297.

Spółka świadczy m.in. usługi rozprowadzania kodowanych programów telewizyjnych transmitowanych drogą satelitarną na obszarze całego kraju.

W dniu 2 czerwca 2014 r. nastąpiło połączenie ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie oraz CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie, do tego momentu wpisanej do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy pod numerem 0000427395 oraz do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych pod numerem 88. Na podstawie art. 494 § 1 Kodeksu spółek handlowych, z dniem połączenia wszelkie prawa i obowiązki CANAL+ Cyfrowy S.A. przejęła i wykonuje ITI Neovision S.A.

W ramach prowadzonej działalności CANAL+ Cyfrowy S.A. zawierała z konsumentami umowy o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej na czas oznaczony 12, 18 oraz 24 miesiące (pismo Spółki z dnia 24 lutego 2014 r.). Zgodnie z warunkami umowy, umowy na czas oznaczony po upływie okresu, na jaki zostały zawarte (*okres minimalny*), ulegały automatycznemu przekształceniu w umowy na czas nieoznaczony, o ile konsument nie złożył oświadczenia o treści przeciwnej. Po przedłużeniu umowy na czas nieoznaczony strony mogły wypowiedzieć ją z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem rozwiązującym na koniec miesiąca kalendarzowego. Po połączeniu CANAL+ Cyfrowy S.A. oraz ITI Neovision S.A. model automatycznego przedłużania umowy zawartej na czas oznaczony na czas nieoznaczony oraz 3-miesięczny okres wypowiedzenia umowy na czas nieoznaczony zostały zachowane. Przedstawiony model przedłużania okresu związania umową oraz stosowanego okresu wypowiedzenia znajduje oparcie w postanowieniach stosowanego przez Spółkę regulaminu świadczenia usług przekazywanego konsumentom przy zawarciu umowy.

Zgodnie z postanowieniem III.9 regulaminu świadczenia usług stosowanego przez Spółkę (w wersji obowiązującej od dn. 19 marca 2013 r.):

Umowę, wraz ze wszystkimi usługami świadczonymi w ramach Umowy, zawartą na czas oznaczony uważa się za przedłużoną na czas nieoznaczony, na warunkach:

1) w stosunku do Abonentów, którzy zawarli Umowę na zasadach określonych w Regulaminie, Cenniku, Szczegółowych Warunkach i skorzystali z jednego z Pakietów określonych w Cenniku – na warunkach określonych w Regulaminie, Cenniku, Szczegółowych Warunkach, z zastrzeżeniem odrębnych postanowień określonych w Szczegółowych Warunkach chyba, że Abonent na 30 dni przed upływem okresu, na jaki Umowa została zawarta, zawiadomi pisemnie Dostawcę usług o rezygnacji z korzystania z usług Dostawcy usług. W przypadku rezygnacji przez Abonenta z usług Dostawcy usług w trybie opisanym w zdaniu poprzedzającym, Umowa ulega rozwiązaniu z ostatnim dniem Okresu rozliczeniowego, w którym przypada koniec okresu oznaczonego Umowy;

2) w stosunku do Abonentów, którzy zawarli Umowę na zasadach określonych w Regulaminie, Cenniku, Szczegółowych Warunkach, Warunkach Promocji i skorzystali z usług innych niż określone w ust. 9 pkt 1 niniejszego Rozdziału – na warunkach określonych w Regulaminie, Cenniku, Szczegółowych Warunkach, Warunkach Promocji, z zastrzeżeniem odrębnych postanowień określonych w Szczegółowych Warunkach, Warunkach Promocji chyba, że Abonent na 30 dni przed upływem okresu, na jaki Umowa została zawarta, zawiadomi pisemnie Dostawcę usług o rezygnacji z korzystania z usług Dostawcy usług. W przypadku

rezygnacji przez Abonenta z usług Dostawcy usług w trybie opisanym w zdaniu poprzedzającym, Umowa ulega rozwiązaniu z ostatnim dniem Okresu rozliczeniowego, w którym przypada koniec okresu oznaczonego Umowy.

Zgodnie z postanowieniem IX.4 zd. 1 i 2 ww. regulaminu:

Każda ze stron może rozwiązać Umowę bez podania przyczyn z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego. Bieg terminu wypowiedzenia rozpoczyna się w pierwszym dniu Okresu rozliczeniowego następującego po dniu złożenia wypowiedzenia.

Jak wynika z wyjaśnień Spółki, CANAL+ Cyfrowy S.A. prowadziła działalność gospodarczą w zakresie świadczenia usługi dostępu do kodowanych programów telewizyjnych i radiowych od 1995 roku, zaś zakwestionowana przez Prezesa Urzędu praktyka była i jest stosowana przez Spółkę od szeregu lat. Praktyka automatycznego przedłużania umowy jest założeniem, na którym oparte są niemal wszystkie najistotniejsze dla Spółki procesy (pismo Spółki z dnia 30 września 2013 r.). Spółka nie przewidywała odstępstw również od standardowej długości okresu wypowiedzenia – na dzień 28 marca 2014 r. Spółka nie oferowała możliwości zawarcia umowy na niestandardowych warunkach (np. w ramach wybranej promocji), tj. z okresem wypowiedzenia krótszym niż 3-miesięczny (pismo Spółki z dnia 28 marca 2014 r.).

W toku postępowania Spółka przedstawiła również proces informowania konsumentów o stosowanym modelu przedłużania umowy, który w trakcie trwania postępowania został przez Spółkę uzupełniony o dodatkowe elementy. Model ten przedstawiony jest w dokumencie wewnętrznym Spółki pn. *Procedura powiadamiania abonentów o EOP¹* i obejmuje telefoniczne informowanie konsumenta przed upływem terminu, na jaki umowa została zawarta, o: dacie zakończenia okresu oznaczonego umową, automatycznym przejściu umowy na czas nieoznaczony oraz wysokości opłat standardowych w czasie nieoznaczonym umowy. Stosowne komunikaty informacyjne kierowane są do abonentów również drogą satelitarną (wyświetlane na ekranie odbiornika za pośrednictwem dekodera), drogą elektroniczną lub załączane do korespondencji papierowej wysyłanej do abonenta (pisma Spółki z dnia 25 listopada 2013 r. oraz 3 lipca 2014 r.).

Prezes Urzędu zważył, co następuje.

Naruszenie interesu publicznego

Stosownie do art. 1 ust. 1 uokik ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstawę do rozstrzygnięcia przez Prezesa Urzędu sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Interes publiczny zostaje naruszony w szczególności wówczas, gdy określonymi działaniami przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one

¹ EOP – używany przez Spółkę skrót na oznaczenie terminu „koniec czasu określonego/oznaczonego umowy”.

na rynku niekorzystne zjawiska, powodując zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu (por. wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 24 października 1991 r., sygn. akt XVII Amr 8/90). W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy mogli być narażeni na negatywne skutki praktyki stosowanej przez Spółkę. Interes publiczny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez Spółkę interesu publicznego, możliwe jest poddanie kwestionowanych działań ITI dalszej ocenie w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod kątem stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

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

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 uokik stanowi, iż przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Konsumentem w rozumieniu przepisów 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, t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 121 ze zm. w zw. z art. 4 pkt 12 uokik). Zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. 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, iż spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

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

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

Prezes Urzędu może zatem wydać decyzję zobowiązującą, jeżeli spełnione są łącznie dwie przesłanki: i) w trakcie postępowania administracyjnego uprawdopodobniono, że przedsiębiorca stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz ii)

przedsiębiorca zobowiązał się do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom. Uprawdopodobnienie w omawianym przypadku oznacza, że Prezes Urzędu odstępuje od udowodnienia określonych faktów.

Ad A)

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

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

Ad B)

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok SOKiK z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07). Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu.

Zgodnie z art. 57 ust. 5 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 ze zm.; dalej również jako: „Pt”), 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. Wskazany przepis ustanawia zakaz kształtowania treści umów w taki sposób, aby uniemożliwić abonentom lub choćby utrudniać im zmianę dostawcy usług telekomunikacyjnych. Przedmiotowe utrudnienia mogą mieć charakter finansowy, organizacyjny, a także dotyczyć innych aspektów sfery interesów konsumentów, od których uzależniają oni wybór dostawcy usług.

Świadczone przez Spółkę usługi rozprowadzania kodowanych programów telewizyjnych transmitowanych drogą satelitarną stanowią usługi telekomunikacyjne, tym samym do działalności Spółki znajdują zastosowanie regulacje Pt, co potwierdza również orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (TSUE). Z wyroku TSUE z dnia 7 listopada 2013 r. (sygn. akt C-518/11) wynika, że przekaz treści telewizyjnych do odbiornika konsumenta końcowego należy uznać za usługę łączności elektronicznej w rozumieniu dyrektywy 2002/21/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 7 marca 2002 r. w sprawie wspólnych ram regulacyjnych sieci i usług łączności elektronicznej (Dz. U. L 108 z 24 kwietnia 2002 r.). W przywołanym wyroku Trybunał zwraca w szczególności uwagę na wynikającą z przepisów prawa unijnego konieczność objęcia jedną jednolitą definicją wszystkich usług lub sieci łączności elektronicznej związanych z przekazywaniem sygnałów drogą telegraficzną, radiową, optyczną lub za pomocą innych środków elektromagnetycznych (tzn. sieci stałych, bezprzewodowych, telewizji kablowej i sieci satelitarnych). Również w wyroku z dnia 30 kwietnia 2014 r. (sygn. akt C-475/12) TSUE wskazuje, że usługa polegająca na odpłatnym świadczeniu warunkowego dostępu do pakietu programów transmitowanych przez satelitę, obejmującego programy radiowe i telewizyjne, objęta jest pojęciem usługi łączności elektronicznej w rozumieniu rzeczzonego przepisu art. 2 lit. c) dyrektywy 2002/21/WE.

Przyjęty przez Spółkę 3-miesięczny okres wypowiedzenia umowy, w szczególności w kontekście stosowanego modelu automatycznego przekształcania umowy na czas oznaczony w umowę na czas nieoznaczony w sytuacji niezłożenia przez konsumenta oświadczenia o treści przeciwnej, może utrudniać abonentom zmianę dostawcy usług telekomunikacyjnych, a w konsekwencji może naruszać art. 57 ust. 5 Pt.

W ramach ww. modelu wyłącznie konsument zobowiązany jest do podjęcia aktywności w celu doprowadzenia do zakończenia umowy, która ze swej istoty powinna ulec rozwiązaniu w czasie w niej oznaczonym. W sytuacji niezłożenia przez konsumenta oświadczenia we wskazanym terminie przed zakończeniem obowiązywania umowy przekształca się ona w umowę na czas nieoznaczony, konsument zaś, który często uświadamia sobie, że doszło do przedłużenia umowy dopiero po otrzymaniu pierwszego rachunku od usługodawcy opiewającego na wyższą kwotę abonamentu (niepromocyjną, związaną ze zmianą cennika na standardowy) niż dotychczasowa, nawet w sytuacji natychmiastowego wypowiedzenia umowy zmuszony jest ponosić opłaty za świadczone usługi przez kolejne miesiące. W pewnych przypadkach okres ten może wynieść prawie 4 miesiące, Spółka przyjmuje bowiem, że wypowiedzenie wywołuje skutek na koniec miesiąca kalendarzowego, a bieg terminu wypowiedzenia rozpoczyna się w pierwszym dniu okresu rozliczeniowego następującego po dniu złożenia wypowiedzenia.

W tym miejscu należy zaznaczyć, że umowa na czas oznaczony nie musi bezwzględnie ulegać rozwiązaniu z końcem okresu na jaki została zawarta. Dopuszczalne jest bowiem automatyczne jej przedłużenie w umowę na czas nieoznaczony na podstawie stosownych postanowień umowy, jeżeli konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia, pod warunkiem jednak przekazania konsumentowi informacji o automatycznym przedłużeniu umowy nie tylko przy zawieraniu umowy, lecz także w okresie poprzedzającym termin na złożenie ww. oświadczenia. Praktyka taka nie jest uznawana za niedozwoloną z racji tego, że rozwiązanie umowy zawartej na czas nieoznaczony nie pociąga za sobą konsekwencji

finansowych dla konsumenta (obowiązku zwrotu ulgi przyznanej przy zawieraniu umowy na czas oznaczony zgodnie z art. 57 ust. 6 Pt).

Niezależnie jednak od stosowanego przez Spółkę modelu automatycznego przedłużania umowy zawartej na czas oznaczony w umowę na czas nieoznaczony, 3-miesięczny okres wypowiedzenia należy uznać za rażąco długi w kontekście zarówno potrzeb konsumenta, jak i koniecznych przygotowań Spółki do rozwiązania umowy z konsumentem (technicznych, organizacyjnych).

Abonent dysponuje prawem do zmiany dostawcy usług w dowolnym wybranym przez siebie momencie. Na decyzję konsumenta w tym zakresie wpływa wiele czynników: zadowolenie ze świadczonych mu usług, dostępność innej oferty, wysiłek organizacyjny, który musiałby włożyć w zmianę dostawcy (dojazd do salonu przedsiębiorcy, czas poświęcony na zapoznanie się z ofertą, możliwość kontaktu z przedsiębiorcą w trybie na odległość), uwarunkowania techniczne (istnienie odpowiedniej infrastruktury, posiadanie stosownego sprzętu) oraz uwarunkowania ekonomiczne. Przedsiębiorca ma prawo zabiegać o przedłużenie przez abonenta umowy, np. poprzez przygotowanie korzystnej oferty, nie powinien jednak utrudniać lub uniemożliwiać konsumentowi skorzystania z oferty konkurenta w sytuacji, gdy taka jest wola abonenta.

3-miesięczny okres wypowiedzenia należy uznać za czynnik utrudniający zmianę dostawcy usług zarówno ze względów ekonomicznych, jak i organizacyjnych. Konsument przed podjęciem decyzji o zmianie dostawcy usług dokonuje oceny opłacalności nowej oferty z uwzględnieniem kosztów, które zmuszony byłby ponieść w związku z zakończeniem stosunku umownego łączącego go z dotychczasowym usługodawcą. W przedmiotowym stanie faktycznym konsument w ramach powyższej kalkulacji musiałby uwzględnić koszty, które poniósłby w związku z koniecznością uiszczenia przez cały okres wypowiedzenia opłat abonamentowych za usługi świadczone przez dotychczasowego dostawcę, nawet jeśli nie miałby zamiaru z nich korzystać ze względu na rozpoczęcie świadczenia usług przez nowego dostawcę usług. Konsument, chcąc więc skorzystać z aktualnie oferowanych przez konkurenta swojego dotychczasowego dostawcy usług promocyjnych warunków umowy, zmuszony byłby w pierwszych miesiącach obowiązywania nowej umowy do uiszczenia „podwójnej” opłaty abonamentowej. W konsekwencji, po uwzględnieniu kosztów wypowiedzenia umowy, nowa oferta mogłaby się okazać dla konsumenta mniej korzystna pod względem finansowym, co mogłoby niechęć go do zmiany dostawcy usług.

Z drugiej strony konsument, chcąc uniknąć konieczności uiszczenia podwójnych opłat abonamentowych, mógłby zdecydować się na wypowiedzenie umowy bez zawierania kolejnej z nowym dostawcą usług. Uwzględniając jednak dynamikę rynku usług telekomunikacyjnych i ograniczoną czasowo dostępność ofert promocyjnych poszczególnych dostawców usług, które z reguły obowiązują od konkretnej daty *do odwołania*, konsument nie ma pewności, czy wybrana przez niego oferta nadal będzie dla niego dostępna po upływie okresu wypowiedzenia poprzedniej umowy.

Tym samym, konsument staje przed dylematem, czy wypowiedzieć umowę, licząc na to, że wybrana przez niego oferta konkurencyjnego dostawcy usług będzie dostępna po zakończeniu 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia, czy też związać się od razu wybraną ofertą dostępną u innego przedsiębiorcy, ponosząc jednocześnie opłaty abonamentowe w okresie wypowiedzenia u dotychczasowego operatora. W pierwszym przypadku konsument

musi liczyć się z tym, że oferty dostępne na rynku po 3-miesięcznym okresie wypowiedzenia mogą być mniej korzystne niż w momencie złożenia wypowiedzenia, co może zniechęcać go do podjęcia decyzji o zmianie dostawcy usług. W drugiej zaś sytuacji konsument ponosi konsekwencje finansowe złożenia przez niego wypowiedzenia umowy, tj. konieczność ponoszenia „podwójnych” opłat abonamentowych w 3-miesięcznym terminie wypowiedzenia, co również może utrudniać konsumentowi zmianę dostawcy usług. W rezultacie konsument może zdecydować o pozostaniu abonentem dotychczasowego dostawcy usług, mimo że oferowane przez niego usługi (w szczególności zawartość programowa, cena świadczonych usług) mogą nie w pełni odpowiadać potrzebom abonenta.

W tym miejscu należy wskazać, że długość okresu wypowiedzenia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych powinna pozostawać w relacji z czasem niezbędnym do udostępnienia lub wstrzymania przekazywania konsumentowi sygnału np. telewizji satelitarnej, nie przekraczając okresu 1 miesiąca. Spółka nie przedstawiła okoliczności (uwarunkowań technicznych, organizacyjnych itp. związanych z obsługą przez Spółkę wypowiedzenia złożonego przez konsumenta) przemawiających za przyjęciem przez Spółkę 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia, wskazując jedynie na powszechność tak długiego okresu wypowiedzenia wśród dostawców usług dostępu do telewizji satelitarnej. Należy jednak podkreślić, że standardowym okresem wypowiedzenia zawartej na czas nieoznaczony umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, którą to usługą jest usługa dostępu zarówno do telewizji satelitarnej, jak i kablowej, jest 1 miesiąc². Ewentualne różnice mogą dotyczyć m.in. tego, czy wypowiedzenie odnosi skutek z końcem okresu rozliczeniowego następującego po okresie, w którym nastąpiło wypowiedzenie czy też po upływie 1 miesiąca kalendarzowego. Jednocześnie, na rynku usług telekomunikacyjnych zdarzają się również przypadki stosowania przez dostawców usług telekomunikacyjnych krótszych niż miesiąc kalendarzowy okresów wypowiedzenia, co wskazuje na możliwość istotnego skracania przez przedsiębiorców czasu obsługi (technicznej, prawnej) konsumentów³.

Mając powyższe na względzie, należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt. I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji praktyka ITI Neovision miała charakter bezprawny.

Ad C)

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów pewnej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Ochrona zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne w tym znaczeniu, że mogą dotknąć każdego konsumenta będącego lub mogącego być potencjalnie kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony są zatem interesy

² Wyniki badania rynku przedsiębiorców telekomunikacyjnych przeprowadzonego w ramach postępowania o sygn. DDK-401-2/14/KA, według stanu na dzień 5 maja 2014 r.

³ *Ibidem*.

wszystkich aktualnych lub potencjalnych klientów – traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 10 lipca 2008 r., sygn. akt VI ACa 306/08).

Stanowisko to zostało potwierdzone również w orzecznictwie SN, który w uzasadnieniu jednego z wyroków stwierdził, iż „nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczbie potencjalnych konsumentów” (wyrok SN z dnia 12 września 2003 r., I CKN 504/01). W innym orzeczeniu SN podkreślił, że „praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy” (wyrok SN z dnia 10 września 2008 r., III SK 27/07; por. również wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 września 2013 r., VI ACa 67/13).

Nie ulega wątpliwości, że działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Dla stwierdzenia godzenia w zbiorowe interesy konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Jak podnosi się w doktrynie, w pojęciu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mieści się także działanie przedsiębiorcy skierowane wprawdzie do oznaczonych (indywidualizowanych) konsumentów, o ile przy tym konsumentów tych łączy jakaś wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie – z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę – zbiorowością przypadkowych jednostek, lecz stanowiącą określoną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy (zob. M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy 2004/17/791). Należy zatem przyjąć, że zbiorowy interes konsumentów nie musi odnosić się do nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się indywidualizować, gdyż brak indywidualizacji nie sprzeciwia się możliwości wyodrębnienia kategorii bądź zbioru konsumentów o pewnych cechach. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu.

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z godzeniem w zbiorowe interesy konsumentów. Na praktykę Spółki mógł być narażony każdy konsument-potencjalny abonent ITI Neovision. Praktyka ta wymierzona jest bowiem nie tylko we wszystkich aktualnych odbiorców usług świadczonych przez przedsiębiorcę w oparciu o standardowe warunki umowy, lecz także we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli lub mogą zawrzeć z nim umowy o świadczenie usług dostępu do telewizji satelitarnej.

Bezprawne działanie Spółki nie dotyczyło zatem interesów poszczególnych osób, lecz naruszenia uprawnień szerokiego kręgu konsumentów, których sytuacja była identyczna i wspólna dla całej grupy konsumentów-abonentów ITI Neovision.

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

W przedmiotowej sprawie mogło dojść do naruszenia interesu gospodarczego konsumentów poprzez dopuszczenie się przez ITI Neovision stosowania bezprawnej praktyki zarówno w aspekcie ekonomicznym, jak i pozaekonomicznym. Majątkowy uszczerbek po stronie konsumenta polega na konieczności ponoszenia przez konsumenta opłat abonamentowych przez okres co najmniej 3 miesiące od dnia złożenia wypowiedzenia umowy, ewentualnie na możliwości ponoszenia opłat abonamentowych przez okres kolejnych co najmniej 3 miesiące wraz z jednoczesnym uiszczaniem opłat abonamentowych u innego przedsiębiorcy telekomunikacyjnego, jak również na utracie możliwości skorzystania z konkretnej, korzystnej finansowo oferty innego przedsiębiorcy z uwagi na związanie umową ze Spółką przez okres co najmniej 3 miesiące. Aspekt pozaekonomiczny naruszenia interesu konsumenta w niniejszej sprawie polega na uciążliwości kontraktowania i przejawia się w rezygnacji ze skorzystania przez konsumenta z atrakcyjniejszej dla niego oferty konkurenta przedsiębiorcy.

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

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

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

W przedmiotowej sprawie zobowiązanie składa się z działań podejmowanych względem dwóch głównych grup konsumentów określonych w pkt. I rozstrzygnięcia decyzji, tj. konsumentów, którzy będą zawierać umowy o świadczenie usług od dnia 25 grudnia 2014 r. oraz dotychczasowych abonentów Spółki (konsumentów, którzy zawarli umowy do dn. 25 grudnia 2014 r.), z uwzględnieniem odmiennej sytuacji abonentów, którzy od dnia 25 grudnia 2014 r. będą zmieniać (przedłużać) zawarte przed tym terminem umowy. Podział konsumentów na ww. grupy był konieczny z uwagi na odmienną sytuację faktyczną, w której znajdują się w chwili wydania przedmiotowej decyzji, oraz zróżnicowany zakres

działań możliwych do podjęcia w bliskiej perspektywie czasowej przez Spółkę w stosunku do ww. grup konsumentów.

Zobowiązanie Spółki obejmuje:

- wprowadzenie do wzorców umów wykorzystywanych przy zawieraniu umów z konsumentami od dn. 25 grudnia 2014 r. postanowienia przewidującego 1-miesięczny okres wypowiedzenia dla umów na czas nieoznaczony oraz
- zmianę warunków umów zawartych przed 25 grudnia 2014 r. obejmującą skrócenie okresu ich wypowiedzenia z 3 miesięcy do 1 miesiąca.

Działania te doprowadzą do zagwarantowania, iż praktyka Spółki będzie w przyszłości zgodna z prawem, a jednocześnie ich realizacja pozwoli na usunięcie powstałych już negatywnych skutków dla zbiorowości konsumentów.

Na podstawie art. 28 ust. 2 uokik Prezes Urzędu, wydając decyzję nakładającą obowiązek wykonania zobowiązania przyjętego przez przedsiębiorcę, może określić termin jego wykonania. Biorąc pod uwagę niejednolity charakter zobowiązania Spółki i różne wymagania czasowe i organizacyjne związane z wdrożeniem zmian we wzorcach umów stosowanych przy zawieraniu umów z nowymi klientami oraz w tych, w oparciu o które doszło do zawarcia umowy z dotychczasowymi abonentami Spółki (zmiana warunków umowy), Prezes Urzędu zróżnicował termin wykonania działań składających się na zobowiązanie Spółki. Prezes Urzędu w szczególności uwzględnił czasochłonność czynności faktycznych koniecznych do podjęcia przez przedsiębiorcę w związku ze zmianą, zgodnie z postanowieniami art. 60a Pt, warunków umów wszystkich aktualnych abonentów Spółki.

Zmiana wzorców umów w stosunku do aktualnych abonentów Spółki (którzy zawarli umowy przed dniem 25 grudnia 2014 r.) obejmuje konieczność korespondencyjnego (w formie pisemnej lub elektronicznej) powiadomienia abonentów o planowanych zmianach (w tym sporządzenia, wydrukowania, zakopertowania, nadania korespondencji itp.) oraz umożliwienia podjęcia abonentom decyzji co do dalszego związania stosunkiem umownym w odpowiednim terminie (nie krótszym niż miesiąc). Działanie to nie jest możliwe do zrealizowania bez uszczerbku dla funkcjonowania Spółki w stosunku do wszystkich dotychczasowych abonentów Spółki w okresie krótszym niż kilka miesięcy i w terminie wspólnym dla wszystkich abonentów. W związku z powyższym, Prezes Urzędu ustalił termin wykonania działań stanowiących zobowiązanie Spółki, opisanych w pkt. I.3 rozstrzygnięcia decyzji, do dnia 31 lipca 2015 r.

Jednocześnie, biorąc pod uwagę naturę działań opisanych w pkt. I.1-2 rozstrzygnięcia decyzji (wprowadzenie nowych wzorców umów, zmiana procesu obsługi klienta), których efektywne wdrożenie może nastąpić w jednym terminie i nie wymaga zastosowania szczegółowej procedury określonej przepisami prawa, Prezes Urzędu ustalił termin wykonania działań stanowiących zobowiązanie Spółki, opisanych w pkt. I.1-2 rozstrzygnięcia decyzji, na dzień 25 grudnia 2014 r.

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

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

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

1. zmienionych i stosowanych w terminie od dnia 25 grudnia 2014 r. wobec nowych abonentów Spółki wzorców umów przewidujących jednomiesięczny okres wypowiedzenia dla umów na czas nieoznaczony;
2. 5 umów (wraz z kompletem załączników) zawartych z konsumentami w okresie od dnia 25 grudnia 2014 r. do dnia 25 stycznia 2015 r., w oparciu o zmienione, tj. przewidujące jednomiesięczny okres wypowiedzenia dla umów na czas nieoznaczony, wzorce umów;
3. 5 umów (wraz z kompletem załączników) zawartych z konsumentami przed dn. 25 grudnia 2014 r., zmienionych (przedłużonych) po tej dacie, a przed dn. 25 stycznia 2015 r., w oparciu o zmienione, tj. przewidujące jednomiesięczny okres wypowiedzenia dla umów na czas nieoznaczony, wzorce umów;

- w terminie 60 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji;

4. 5 imiennych informacji o zmianie warunków umowy obejmującej wprowadzenie do wzorców umów klauzuli przewidującej jednomiesięczny okres wypowiedzenia, wraz ze wszystkimi załącznikami oraz dowodem nadania, wysłanych do konsumentów w okresie do dnia 30 czerwca 2015 r.;
5. pisemnego sprawozdania podsumowującego wykonanie zobowiązań, o których mowa w pkt I.1-3 rozstrzygnięcia decyzji uwzględniającego w szczególności:
 - a. wskazanie liczby konsumentów, do których zostały wysłane informacje, o których mowa w pkt I.3 rozstrzygnięcia decyzji,
 - b. wskazanie terminów, w których nastąpiła wysyłka informacji, o których mowa w pkt I.3 rozstrzygnięcia decyzji, z uwzględnieniem wskazanych w ww. pismach terminów na wypowiedzenie przez abonenta umowy z powodu braku akceptacji proponowanych przez Spółkę zmian

- w terminie 240 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

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

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz. U. z 2014 r. poz. 101 ze zm.), od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony

Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Z UP. PREZESA
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
ZASTĘPCA DYREKTORA
DEPARTAMENTU OCHRONY INTERESÓW KONSUMENTÓW
ŁUKASZ WROŃSKI

Otrzymują:

[...]