



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

DDK-61-17/13/AK/KA

Warszawa, dnia 27 marca 2015 r.

wersja niezawierająca tajemnicy przedsiębiorstwa [***]

Decyzja nr DDK 2/2015

I.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

byliby już abonentami ITI Neovision w dniu doręczenia Spółce Decyzji Prezesa Urzędu (tj. w dniu [...]):

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

albo

2) zwrotu kwoty 43,16 zł.

W związku z tym ITI Neovision informuje o możliwości zawarcia przez wskazanych wyżej konsumentów umowy abonenckiej z ITI Neovision na opisanych powyżej promocyjnych warunkach.

Wskazani wyżej konsumenci, którzy nie zdecydują się na skorzystanie z opisanej wyżej opcji, mogą odebrać od Spółki kwotę 43,16 zł.

W celu skorzystania z ww. możliwości, konsumenci mają prawo wystąpić do ITI Neovision o zawarcie umowy abonenckiej na promocyjnych warunkach z dodatkową darmową usługą albo wystąpić o wypłatę kwoty 43,16 zł, w terminie do dnia [...] [data przypadająca na 2 miesiące od daty publikacji informacji]. Warunkiem skorzystania z ww. możliwości jest kontakt ze Spółką pod dedykowanymi numerami telefonu/ za pośrednictwem dedykowanego formularza mailowego w celu zgłoszenia woli zawarcia umowy/ odebrania kwoty 43,16 zł i weryfikacji przez Spółkę spełnienia przez klienta warunków uprawniających do zawarcia umowy/ odebrania kwoty 43,16 zł. Po pozytywnej weryfikacji Spółka skontaktuje się z uprawnionymi w celu realizacji zobowiązania. Zwrot kwoty 43,16 zł nastąpi na rachunek bankowy wskazany przez konsumenta.

- w terminie do dnia 30 czerwca 2015 r.

II.

Na podstawie art. 28 ust. 3 w związku z art. 28 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) w zw. z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r. poz. 945), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania przez ITI Neovision S.A. z siedzibą w Warszawie (dawniej: CANAL+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie) 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) stosowała 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. listy zastosowanych rodzajów środków komunikacji, przez które ITI Neovision S.A. kontaktowała się z konsumentami w sprawie możliwości skorzystania przez konsumentów wskazanych w pkt. I.1. rozstrzygnięcia decyzji z korzyści opisanych w pkt. I.1. a)-c) rozstrzygnięcia decyzji, wraz z informacją o datach skierowania do konsumentów poszczególnych rodzajów komunikatów, ich liczbie (również w stosunku do jednego konsumenta) i treści, wraz z zestawieniem jaka liczba konsumentów skorzystała z poszczególnych korzyści opisanych w pkt. I.1 a)-c) rozstrzygnięcia decyzji,
2. wydruku ze strony internetowej ITI Neovision S.A. z dnia opublikowania informacji o możliwości skorzystania przez konsumentów wskazanych w pkt. I.2. rozstrzygnięcia decyzji z korzyści opisanych w pkt. I.2. a)-b) rozstrzygnięcia decyzji,
3. publikacji w prasie o zasięgu ogólnopolskim informacji o możliwości skorzystania przez konsumentów wskazanych w pkt. I.2. rozstrzygnięcia decyzji z korzyści opisanych w pkt. I.2. a)-b) rozstrzygnięcia decyzji, wraz z informacją o nakładzie ww. gazety,
4. 10 wypełnionych przez konsumentów wskazanych w pkt. I.1. rozstrzygnięcia decyzji formularzy, za pomocą których dokonają oni wyboru jednej z korzyści opisanej w pkt. I.1. a)-c) rozstrzygnięcia decyzji, wraz z informacją o terminie udostępnienia ww. konsumentom wybranej korzyści,
5. 5 umów (wraz z kompletem załączników) zawartych z konsumentami wskazanymi w pkt. I.2. rozstrzygnięcia decyzji oraz 5 dowodów zwrotu w gotówce kwoty 43,16 zł konsumentom wskazanym w pkt. I.2. rozstrzygnięcia decyzji od dnia publikacji informacji o możliwości skorzystania przez tych konsumentów z korzyści opisanych w pkt. I.2. a)-b) rozstrzygnięcia decyzji,
6. zestawienia jaka liczba konsumentów skorzystała z poszczególnych korzyści opisanych w pkt. I.2 a)-b) rozstrzygnięcia decyzji

- w terminie do dnia 31 sierpnia 2015 r.

Uzasadnienie

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

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

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

1. postanowienie i zawiadomienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o wszczęciu postępowania wyjaśniającego z dnia 8 marca 2012 r.,
2. pisma Canal+ Cyfrowy S.A. z siedzibą w Warszawie z dnia: 29 marca 2012 r., 30 kwietnia 2012 r., 28 maja 2012 r., 29 czerwca 2012 r. - wraz z załącznikami,
3. pisma Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia: 12 kwietnia 2012 r., 10 maja 2012 r., 14 czerwca 2012 r.,
4. postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o zamknięciu postępowania wyjaśniającego z dnia 18 lipca 2012 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 12 stycznia 2015 r., złożonym w toku postępowania Spółka sformułowała zobowiązanie do:

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

- c) wymianę dekoderek SD na dekodery HD - WiFi Box+ lub jego odpowiednik.

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

- 3. zaoferowania konsumentom, których umowy były w czasie oznaczonym i którzy byli objęci zmianą wzorca umownego w zakresie podwyższenia cen świadczonych usług, przeprowadzoną przez Spółkę z dniem 1 marca 2012 r., a którzy nie będą już abonentami Spółki w dniu doręczenia Spółce decyzji Prezesa Urzędu w niniejszym postępowaniu:
 - a) możliwości zawarcia z ITI Neovision umowy abonenckiej na okres 12 miesięcy w ramach oferty Start+ Extra wzbogaconej o Opcję Dodatkową Sport&Film o łącznym miesięcznym abonamencie 69,90 zł wraz z darmowym korzystaniem ze sprzętu HD - WiFi Box+ lub jego odpowiednika, przy jednoczesnej możliwości skorzystania przez tych abonentów z darmowego dostępu do nowego w ofercie ITI Neovision kanału w jakości HD, tj. kanału Adventure HD na okres 12 miesięcy albo
 - b) zwrotu w gotówce kwoty 43,16 zł.

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

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

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

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

sprzętu HD - WiFi Box+ lub jego odpowiednika, przy jednoczesnej możliwości skorzystania przez tych abonentów z darmowego dostępu do nowego w ofercie ITI Neovision kanału w jakości HD, tj. kanału Adventure HD na okres 12 miesięcy albo

zwrotu kwoty 43,16 zł.

W związku z tym ITI Neovision informuje o możliwości zawarcia przez wskazanych wyżej konsumentów umowy abonenckiej z ITI Neovision na opisanych powyżej promocyjnych warunkach.

Wskazani wyżej konsumenci, którzy nie zdecydują się na skorzystanie z opisanej wyżej opcji, mogą odebrać od Spółki kwotę 43,16 zł.

W celu skorzystania z ww. możliwości, konsumencie mają prawo wystąpić do ITI Neovision o zawarcie umowy abonenckiej na promocyjnych warunkach z dodatkową darmową usługą albo wystąpić o wypłatę kwoty 43,16 zł, w terminie do dnia [...] [data przypadająca na 2 miesiące od daty publikacji informacji]. Warunkiem skorzystania z ww. możliwości jest kontakt ze Spółką pod dedykowanymi numerami telefonu/ za pośrednictwem dedykowanego formularza mailowego w celu zgłoszenia woli zawarcia umowy/ odebrania kwoty 43,16 zł i weryfikacji przez Spółkę spełnienia przez klienta warunków uprawniających do zawarcia umowy/ odebrania kwoty 43,16 zł. Po pozytywnej weryfikacji Spółka skontaktuje się z uprawnionymi w celu realizacji zobowiązania. Zwrot kwoty 43,16 zł nastąpi na rachunek bankowy wskazany przez konsumenta;

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

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2013 r., poz. 267), Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę pismem z dnia 19 marca 2015 r. o zakończeniu postępowania dowodowego w przedmiotowej sprawie, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami sprawy. W dniu 23 marca 2015 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 lipcu 2012 r. doszło do przekształcenia Canal+ Cyfrowy sp. z o.o. w Canal+ Cyfrowy S.A. w trybie art. 551 ustawy z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych

(t.j. Dz. U. z 2013 r., poz. 1030 ze zm.; dalej również jako: „ksh”). W dniu 2 czerwca 2014 r. nastąpiło zaś 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 ksh, 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. świadczyła konsumentom usługi dostępu do programów telewizji satelitarnej w oparciu o umowy na czas oznaczony oraz czas nieoznaczony. Na dzień 4 stycznia 2012 r. łączna liczba abonentów-konsumentów Spółki wynosiła [***] - [***] abonentów posiadających umowy zawarte na czas oznaczony i [***] na czas nieoznaczony (pismo Spółki z dnia 12 grudnia 2013 r.).

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

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

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

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

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

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

W stosowanym przez Spółkę *Regulaminie umowy o abonament*, dalej również jako: „regulamin”, obowiązującym od 2 października 2011 r., znajdowały się m.in. następujące postanowienia:

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

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 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 Neovision 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 zaś, iż przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności:

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

Konsumentem w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny, t.j. z 2014 r., poz. 121 ze zm.; dalej również jako: „kc”, 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 (t.j. Dz. U. z 2013 r. poz. 672 ze zm.), tj. osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, 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 współzycia 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.

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

Czyny nieuczciwej konkurencji

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

Przepis art. 3 ust. 1 uznk stanowi klauzulę generalną, niemniej jednak w doktrynie i orzecznictwie zaakceptowany jest pogląd, iż może on stanowić samodzielną podstawę do uznania praktyki za czyn nieuczciwej konkurencji, pomimo iż nie można go odnieść do któregośkolwiek ze stypizowanych czynów wyraźnie zakazanych wymienionych w rozdziale II uznk¹. Aby działanie przedsiębiorcy mogło być, w kontekście przedmiotowego postępowania, uznane za czyn nieuczciwej konkurencji, powinno spełniać przesłankę sprzeczności z prawem lub dobrymi obyczajami i jednocześnie zagrażać lub naruszać interes klienta.

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

Dobre obyczaje

Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny, *sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...) czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania*². W stosunkach z konsumentami „dobry obyczaj” powinien wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach,

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

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

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

Naruszenie dobrych obyczajów

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

⁴ Tak M. Bednarek, *Wzorce umów w prawie polskim*, Warszawa 2005, str. 92 - 93 i cyt. tam poglądy doktryny i judykatury, m.in.: E. Łętowska, *Prawo umów* 2002, s. 324; W. Pyziół, *Umowa rachunku bankowego*, s. 31 i n.; zob. też uchw. SN (7) z 6.3.1992 r., III CZP 141/91; uchw. SN z 26.11.1991 r., III CZP 121/91; uchw. SN (7) z 22.5.1991 r., III CZP 15/91; uchw. SN z 19.5.1992 r., III CZP 50/92; wyr. SN z 5.4.2002 r., II CKN 933/99. Na temat wymagań stawianych klauzulom modyfikacyjnym zob. również D. Rogoń, w: *Prawo bankowe. Komentarz*, t. I, Komentarz do art. 1–92 (pod red. F. Zolla), Kraków 2005, s. 444.

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

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

Zagrożenie lub naruszenie interesu konsumenta

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

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

Model 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

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

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

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

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

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

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

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

Ocena działań ITI Neovision pod kątem zagrożenia lub naruszenia interesu konsumenta

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę, iż określenie stałego czy zamkniętego katalogu interesów konsumentów nie jest możliwe, ani też zasadne⁷.

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

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

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

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

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

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

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

Mając powyższe na względzie, należy uznać za uprawdopodobnione, że Spółka dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji, a zatem opisana w pkt. I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji praktyka ITI Neovision 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 uokik, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów pewnej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez 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 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 Sądu Najwyższego, 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 (zindywidualizowanych) 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 zindywidualizować, 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, będący stroną umowy o świadczenie usługi dostępu do telewizji satelitarnej zawartej z ITI Neovision na czas oznaczony. Prezes Urzędu, podejmując rozstrzygnięcie w niniejszej sprawie, nie opierał się zatem na indywidualnych przypadkach przedstawianych przez konsumentów, a wziął pod uwagę działania Spółki odnoszące się do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów-abonentów ITI Neovision. Bezprawne działanie Spółki nie dotyczyło bowiem interesów poszczególnych osób, lecz szerokiego kręgu usługobiorców, których sytuacja była identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy kontrahentów ITI Neovision. Praktyka stosowana przez Spółkę godzi zarówno w interes ekonomiczny, jak i pozaekonomiczny konsumentów.

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

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

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

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

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

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

Mając na uwadze powyższe, zobowiązanie Spółki obejmuje:

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

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

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

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

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 wymagania czasowe i organizacyjne związane z realizacją zobowiązania, w szczególności czas potrzebny na przeprowadzenie efektywnej kampanii informacyjnej (1 miesiąc, zgodnie z planem komunikacji załączonym do pisma Spółki z dnia 4 marca 2015 r.) oraz czas konieczny abonentom na podjęcie działań związanych z wyborem określonego benefitu (2 miesiące od dnia otrzymania informacji o takiej możliwości), Prezes Urzędu ustalił termin wykonania zobowiązania na dzień 30 czerwca 2015 r.

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

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

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

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

- w terminie do dnia 31 sierpnia 2015 r.

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

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

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

Otrzymują:

[...]