



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**  
*TOMASZ CHRÓSTNY*

DOZIK-6.610.8.18.AMar  
(dawn. DOZIK-8.610.8.18.AMar)

Warszawa, 15 lipca 2020 r.

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

**DECYZJA nr DOZIK 8/2020**

I.

Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2029 r., poz. 1076 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, że UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej także jako: „Spółka” lub „UPC Polska”) stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegające na:

- 1.1. nieinformowaniu konsumentów w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej dotyczącej zawarcia lub zmiany umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych o prawie odstąpienia, co może być sprzeczne z art. 19 ust. 1 w zw. z art. 12 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz.U. z 2020 r., poz. 287, dalej także jako: „upk”) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów,
- 1.2. niepotwierdzaniu treści zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, zaproponowanej przez Spółkę w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, przed utrwaleniem oświadczenia konsumenta o zmianie warunków umowy na papierze lub innym trwałym nośniku, konsumentom, którzy nie wyrazili zgody na przestanie załączników do ww. umowy w formie elektronicznej, a do zmiany warunków umowy wymagane jest dokonanie instalacji przez technika w lokalu konsumenta, co może być sprzeczne z art. 20 ust. 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów,
- 1.3. uznawaniu przez Spółkę za skuteczną zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, zaproponowanej konsumentowi w trakcie telefonicznej



rozmowy sprzedażowej, podczas gdy konsument nie potwierdził na papierze lub innym trwałym nośniku oświadczenia o zmianie umowy po uprzednim potwierdzeniu przez Spółkę jej treści, co może być sprzeczne z art. 20 ust. 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów,

- 1.4. potwierdzaniu konsumentom treści zawieranej lub zmienianej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, zaproponowanej przez Spółkę w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, poprzez odesłanie za pomocą linków przekierowujących zawartych w korespondencji mailowej do dokumentacji umownej zamieszczonej na stronie internetowej Spółki, co nie spełnia wymogów trwałego nośnika, określonych w art. 2 ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta i może być sprzeczne z art. 20 ust. 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów,
- 1.5. potwierdzaniu konsumentom zawarcia lub zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez konsumenta, dokonanych za pośrednictwem strony internetowej lub dekodera, poprzez odsyłanie w korespondencji mailowej do dokumentacji umownej, zamieszczonej na stronie internetowej Spółki, za pomocą linków przekierowujących, co nie spełnia wymogów trwałego nośnika, określonych w art. 2 ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta i może być sprzeczne z art. 21 ust. 1 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów
- 1.6. niepotwierdzaniu konsumentom, którzy potwierdzili oświadczenie o zmianie warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, zaproponowanej przez Spółkę w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, poprzez kliknięcie przycisku „Potwierdzam” zamieszczonego w wiadomości e-mail skierowanej do konsumenta, poprzez wysłanie wiadomości SMS lub przez telefon, ww. zmiany warunków umowy, co może być sprzeczne z art. 21 ust. 1 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów,

po zobowiązaniu się przez **UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie** do podjęcia działań zmierzających do zakończenia ww. naruszeń oraz usunięcia ich skutków, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na **UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie** obowiązek wykonania zobowiązania do:

2.1. modyfikacji procedur stosowanych przez Spółkę w następujący sposób:

- a) Spółka zaktualizuje standardy obsługi dotyczące zawarcia i zmiany umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (dalej także jako: „umowa”) stosowane w trakcie telefonicznych rozmów sprzedażowych i uwzględni w treści ww. standardów informację o prawie konsumenta do odstąpienia od takiej umowy lub jej zmiany, którą każdy z pracowników będzie zobligowany do odczytania konsumentowi,
- b) Spółka zamieści w standardach dla liderów informację o minimalnej liczbie monitoringów sprzedawców, jaką lider będzie zobligowany do wykonania w ciągu miesiąca (4 monitoringi lidera dotyczące każdego z podległych mu sprzedawców),

w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

**2.2.** zapewnienia konsumentom, którzy nie wyrażą zgody na przesłanie załączników do umowy w formie elektronicznej, a do zmiany warunków umowy wymagane jest dokonanie instalacji przez technika w lokalu konsumenta, wyboru sposobu potwierdzania treści proponowanej podczas telefonicznej rozmowy sprzedażowej zmiany warunków umowy poprzez dostarczenie ww. potwierdzenia drogą listowną lub przez technika w następujący sposób:

- a) w przypadku wyboru przez konsumenta dostarczenia potwierdzenia treści proponowanej zmiany warunków umowy drogą listowną Spółka przekaże je w terminie poprzedzającym wizytę technika i umożliwiającym doręczenie konsumentowi ww. potwierdzenia przed wizytą technika,
- b) w przypadku wyboru przez konsumenta dostarczenia potwierdzenia treści proponowanej zmiany warunków umowy przez technika (bez uprzedniego przekazania ww. potwierdzenia drogą listowną) - podczas wizyty technika Spółka zapewni konsumentowi odpowiedni czas na zapoznanie się z dostarczoną mu dokumentacją umowną,
- c) wybór sposobu potwierdzenia, o czym mowa w pkt a) - b) zostanie dokonany przez konsumenta podczas telefonicznej rozmowy sprzedażowej,
- d) w przekazywanym konsumentowi potwierdzeniu, o którym mowa w pkt a) - b) Spółka zamieści informację o głównych oraz dodatkowych usługach i związanych z nimi opłatach, których kształt został ustalony podczas telefonicznej rozmowy sprzedażowej konsultanta z konsumentem oraz dołączy stosowne wzorce umowne

w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

**2.3.** modyfikacji procesu zmiany warunków umowy, która została uzgodniona w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej oraz może być wprowadzona przez Spółkę bez konieczności wizyty technika w następujący sposób:

- a) po zakończeniu rozmowy telefonicznej związanej ze zmianą warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych UPC Polska przekaże konsumentowi potwierdzenie oferty zmiany warunków umowy zgodnie z art. 20 ust. 2 upk,
- b) zmiana warunków umowy zostanie dokonana po otrzymaniu przez konsumenta potwierdzenia wskazanego w pkt a) powyżej oraz potwierdzeniu przez konsumenta woli zmiany umowy na trwałym nośniku stosownie do art. 20 ust. 2 upk,

w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

**2.4.** modyfikacji procedury potwierdzania zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, która została zaproponowana przez Spółkę w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, a konsument potwierdził oświadczenie

o zmianie warunków umowy poprzez kliknięcie przycisku „Potwierdzam” zamieszczonego w wiadomości e-mail skierowanej do konsumenta lub poprzez wysłanie wiadomości SMS lub przez telefon w następujący sposób:

- a) Spółka przekaże konsumentowi potwierdzenie zmiany warunków umowy na trwałym nośniku, stosownie do wymogów wynikających z art. 21 ust. 1 upk

w terminie 3 miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

## 2.5. przyznania konsumentom:

2.5.1. którzy złożyli reklamację w okresie od dnia 25 grudnia 2014 r. do daty:

- zaniechania przez Spółkę praktyk, o których mowa w pkt I.1.1. - I.1.2. i I.1.6. rozstrzygnięcia decyzji,

- do 20 lipca 2019 r. - dla praktyk, o których mowa w pkt I.1.4. i I.1.5. rozstrzygnięcia decyzji,

**oraz**

2.5.2. których reklamacja dotyczyła:

i) braku poinformowania konsumenta w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej dotyczącej zawarcia lub zmiany umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych o prawie odstąpienia,

ii) braku potwierdzenia konsumentowi treści zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zaproponowanej przez Spółkę w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, przed utrwaleniem oświadczenia konsumenta o zmianie warunków umowy na papierze lub innym trwałym nośniku, w przypadku konsumenta, który nie wyraził zgody na przestanie załączników do ww. umowy w formie elektronicznej, a do zmiany warunków umowy wymagane jest dokonanie instalacji przez technika w lokalu konsumenta,

iii) potwierdzenia konsumentowi treści zawieranej lub zmienianej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, zaproponowanej przez Spółkę w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, poprzez odesłanie za pomocą linków przekierowujących zawartych w korespondencji mailowej do dokumentacji umownej zamieszczonej na stronie internetowej Spółki,

iv) potwierdzenia konsumentowi zawarcia lub zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych dokonanych za pośrednictwem strony internetowej lub dekodera, poprzez odsyłanie w korespondencji mailowej do dokumentacji umownej zamieszczonej na stronie internetowej Spółki za pomocą linków przekierowujących,

v) braku potwierdzenia konsumentowi, który potwierdził oświadczenie o zmianie warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, zaproponowanej przez Spółkę w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, poprzez kliknięcie przycisku „Potwierdzam” zamieszczonego w wiadomości e-mail skierowanej do konsumenta lub przez wysłanie wiadomości SMS lub przez telefon, ww. zmiany warunków umowy,

**oraz**

2.5.3. których reklamacja została rozpatrzona przez UPC Polska negatywnie, częściowo pozytywnie lub w przypadku, gdy Spółka nie dysponuje danymi raportowymi dotyczącymi przedmiotowych reklamacji

**oraz**

2.5.4. którzy w dniu przedstawienia przez UPC Polska oferty przysporzenia konsumenckiego

2.5.4.1. pozostają abonentami Spółki

jednorazowego przysporzenia w postaci możliwości:

- i. aktywacji dedykowanej oferty usługi telefonii mobilnej świadczonej przez UPC Polska  
albo
- ii. podwyższenia parametrów usługi dostępu do Internetu o jeden poziom wyżej (z zastrzeżeniem braku konieczności wymiany lub dodania modemu) - dla konsumentów korzystających z usługi dostępu do Internetu świadczonej przez UPC Polska  
albo
- iii. aktywacji usługi telewizyjnej w pakiecie MAX - dla konsumentów korzystających z usługi telewizyjnej SELECT świadczonej przez UPC Polska  
albo
- iv. aktywacji usługi telefonii stacjonarnej MINUTY DO WSZYSTKICH 60 - dla konsumentów niekorzystających z usługi telefonii stacjonarnej świadczonej przez UPC Polska (z zastrzeżeniem braku konieczności wymiany lub dodania sprzętu)  
albo
- v. udostępnienia pakietu Polsat Sport Premium Go (w aplikacji Horizon GO) albo udostępnienia usługi dodatkowej Pakietu Bezpieczeństwa UPC dla 3 urządzeń - dla konsumentów korzystających wyłącznie z usługi dostępu do Internetu świadczonej przez UPC Polska lub dla konsumentów korzystających z usługi dostępu do Internetu oraz usługi telefonii stacjonarnej lub dla

konsumentów korzystających z usługi dostępu do Internetu oraz usługi telewizyjnej w pakiecie START SD lub dla konsumentów korzystających z usługi dostępu do Internetu oraz usługi telewizyjnej w pakiecie START SD oraz usługi telefonii stacjonarnej

albo

- vi. przyznania dostępu do pakietu Polsat Sport Premium - dla konsumentów korzystających z usługi telewizyjnej w pakiecie START HD (z dekoderm mediabox lub horizon)

albo

- vii. udostępnienia pakietu Polsat Sport Premium albo pakietu Filmy i Seriale - My Prime albo usługi Horizon Go - dla konsumentów korzystających z usługi telewizyjnej w pakiecie SELECT lub MAX świadczonej przez UPC Polska

nieodpłatnie na okres 2 (słownie: dwóch) pełnych okresów rozliczeniowych w zakresie rekompensaty przyznanej przez UPC Polska

#### 2.5.4.2. nie pozostają abonentami Spółki

jednorazowego przysporzenia w postaci możliwości:

- i. zawarcia ze Spółką umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, której przedmiotem jest usługa dostępu do Internetu lub usługa telewizji lub usługa telefonii stacjonarnej, związanej z przyznaniem upustu wysokości co najmniej 10 zł (słownie: dziesięć złotych) przez okres 2 (słownie: dwóch) pełnych okresów rozliczeniowych

albo

- ii. przyznania konsumentowi jednorazowego przysporzenia w wysokości 20 zł (słownie: dwudziestu złotych),

#### 2.6. przyznania konsumentom:

2.6.1. którzy złożyli reklamację w okresie od dnia 25 grudnia 2014 r. do 30 dnia od daty zaniechania przez Spółkę praktyki, o której mowa w pkt I.1.3. rozstrzygnięcia decyzji

oraz

2.6.2. których reklamacja dotyczyła uznania za skuteczną zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, zaproponowanej podczas telefonicznej rozmowy sprzedażowej, podczas gdy konsument nie potwierdził na papierze lub innym trwałym nośniku oświadczenia o zmianie umowy po uprzednim potwierdzeniu przez Spółkę jej treści

oraz

**2.6.3.** których reklamacja została rozpatrzona przez UPC Polska negatywnie, pozytywnie, częściowo pozytywnie lub w przypadku, gdy Spółka nie dysponuje danymi raportowymi dotyczącymi przedmiotowych reklamacji

**oraz**

**2.6.4.** którzy w dniu przedstawienia przez UPC Polska oferty przysporzenia konsumenckiego

**2.6.4.1.** pozostają abonentami Spółki

jednorazowego przysporzenia, o którym mowa w pkt 2.5.4.1. i)-vii)

nieodpłatnie na okres 3 (słownie: trzech) pełnych okresów rozliczeniowych w zakresie rekompensaty przyznanej przez UPC Polska

**2.6.4.2.** nie pozostają abonentami Spółki

jednorazowego przysporzenia w postaci możliwości:

- i. zawarcia ze Spółką umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, której przedmiotem jest usługa dostępu do Internetu lub usługa telewizji lub usługa telefonii stacjonarnej, związanej z przyznaniem upustu wysokości co najmniej 10 zł (słownie: dziesięć złotych) przez okres 3 (słownie: trzech) pełnych okresów rozliczeniowych

albo

- ii. przyznania konsumentowi jednorazowego przysporzenia w wysokości 30 zł (słownie: trzydziestu złotych),

**2.7.** przyznania konsumentom,

**2.7.1.** którzy złożyli w okresie, o którym mowa w pkt 2.5.1., co najmniej **dwie** reklamacje

**oraz**

**2.7.2.** których reklamacje dotyczyły okoliczności, o których mowa w pkt 2.5.2.

**oraz**

**2.7.3.** których reklamacje zostały rozpatrzone przez Spółkę w sposób, o którym mowa w pkt 2.5.3.

**oraz**

**2.7.4.** którzy w dniu przedstawienia przez UPC Polska oferty przysporzenia konsumenckiego

**2.7.4.1.** pozostają abonentami Spółki

jednorazowego przysporzenia, o którym mowa w pkt 2.5.4.1 i)-vii),

nieodpłatnie na okres 3 (słownie: trzech) pełnych okresów rozliczeniowych w zakresie rekompensaty przyznanej przez UPC Polska

#### 2.7.4.2. nie pozostają abonentami Spółki

jednorazowego przysporzenia w postaci możliwości:

- i. zawarcia ze Spółką umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, której przedmiotem jest usługa dostępu do Internetu lub usługa telewizji lub usługa telefonii stacjonarnej, związanej z przyznaniem upustu wysokości co najmniej 10 zł (słownie: dziesięć złotych) przez okres 3 (słownie: trzech) pełnych okresów rozliczeniowych  
albo
- i. przyznania konsumentowi jednorazowego przysporzenia w wysokości 30 zł (słownie: trzydziestu złotych),

**2.8.** wykonania obowiązków, o których mowa w pkt 2.5., 2.6. i 2.7. powyżej w następujący sposób:

- a) w przypadku jednoczesnego spełnienia przez konsumenta warunków do otrzymania przysporzenia, o którym mowa w pkt 2.5.-2.7. powyżej, konsument jest uprawniony do otrzymania tylko jednego z ww. przysporzeń,
- b) Spółka pozytywnie rozpatrzy reklamacje dotyczące okoliczności, o której mowa w pkt 2.5.2 i)., 2.5.2. ii), 2.6.2., 2.5.2. v), które zostaną złożone przez konsumentów w okresie 30 dni od daty zaniechania stosowania przez Spółkę praktyk (tj. od terminu, o którym mowa w pkt 1.2.1., 1.2.2., 1.2.3., 1.2.4. niniejszego rozstrzygnięcia),
- c) Spółka poinformuje konsumentów w terminie 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu o możliwości, terminie oraz sposobie skorzystania z korzyści wskazanych w pkt 2.5.4.1., 2.5.4.2., 2.6.4.1., 2.6.4.2., 2.7.4.1., 2.7.4.2. niniejszego rozstrzygnięcia,
- d) Spółka przekaże ww. informację poprzez wiadomość e-mail oraz umieszczenie wiadomości w elektronicznym biurze obsługi klienta (tzw. eBOK), a w przypadku braku dysponowania przez UPC Polska adresem e-mail konsumenta - drogą listowną oraz poprzez umieszczenie wiadomości w elektronicznym biurze obsługi klienta (tzw. eBOK); w stosunku do byłych abonentów UPC Polska Spółka przekaże im ww. informację poprzez wiadomość e-mail, stosownie do danych kontaktowych abonentów posiadanych przez UPC,
- e) termin na dokonanie przez konsumenta zgłoszenia do UPC Polska zawierającego wszystkie dane niezbędne do realizacji przez UPC Polska przysporzenia konsumenckiego celem uzyskania korzyści, o których mowa w pkt 2.5.4.1., 2.5.4.2., 2.6.4.1., 2.6.4.2., 2.7.4.1., 2.7.4.2. powyżej wyniesie 3 miesiące od daty otrzymania przez konsumenta ze strony Spółki



indywidualnej informacji dotyczącej niniejszej decyzji, a w przypadku braku otrzymania ww. informacji przez konsumenta - 3 miesiące od daty zamieszczenia przez UPC Polska informacji, o której mowa w pkt 2.9 poniżej, na stronie internetowej Spółki,

- f) w celu skorzystania z ww. korzyści konsument zgłosi się do Spółki, powołując się na niniejszą decyzję (konsument może podać numer reklamacji i okres, kiedy złożył reklamację), a w przypadku wyrażenia woli skorzystania z korzyści, o której o mowa w pkt 2.5.4.2. ii), 2.6.4.2. ii) lub 2.7.4.2. ii) konsument przekaże Spółce dane niezbędne do dokonania przelewu, w szczególności numer rachunku bankowego,
- g) ww. zgłoszenia konsument dokona w punkcie obsługi klientów UPC Polska, za pośrednictwem infolinii UPC Polska lub za pomocą formularza kontaktowego zamieszczonego na stronie internetowej Spółki,
- h) konsument ma możliwość wyboru usług opisanych w pkt 2.5.4.1., 2.6.4.1., 2.7.4.1. - spośród usług, z których nie korzysta w chwili zgłoszenia,
- i) w przypadku korzystania przez konsumenta - na dzień dokonania zgłoszenia - ze wszystkich usług, o których mowa w pkt 2.5.4.1., 2.6.4.1. lub 2.7.4.1., Spółka zapewni konsumentowi możliwość świadczenia jednej z usług, o których mowa w pkt 2.5.4.1. v) albo 2.5.4.1. vi), 2.5.4.1. vii), bezpłatnie na okres 2 (słownie: dwóch) pełnych okresów rozliczeniowych (w przypadku konsumentów, o których mowa w pkt 2.5 decyzji) lub 3 (trzech) pełnych okresów rozliczeniowych (w przypadku konsumentów, o których mowa w pkt 2.6 lub 2.7 decyzji),
- j) usługi albo korzyści opisane w pkt 2.5.4.1., 2.5.4.2., 2.6.4.1., 2.6.4.2., 2.7.4.1., 2.7.4.2. zaczną być świadczone w terminie 90 dni od daty zgłoszenia konsumenta zawierającego wszystkie dane niezbędne do realizacji przez UPC Polska przysporzenia konsumenckiego,

**2.9.** publikacji na stronie internetowej Spółki mieszczącej się pod adresem [www.upc.pl](http://www.upc.pl), na koszt UPC Polska, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji oświadczenia o treści:

„W związku z decyzją zobowiązującą Prezesa UOKiK nr DOZIK 8/2020 w której uprawdopodobniono naruszenie Ustawy o prawach konsumenta, UPC informuje, że zaniechała stosowania 2 praktyk oraz zobowiązała się do zaniechania 4 praktyk kwestionowanych przez Prezesa UOKiK dotyczących podejrzenia naruszenia Ustawy w zakresie zmiany warunków umowy na odległość, co mogło jednocześnie naruszać interesy konsumentów, oraz do usunięcia trwających skutków przedmiotowych działań.

Szczegóły dotyczące podjętego zobowiązania oraz dedykowane bezpośrednio konsumentom korzyści określono w decyzji dostępnej tutaj."

w następujący sposób:

- a) oświadczenie zostanie sformułowane ciemną czcionką na białym tle,
- b) oświadczenie będzie zamieszczone w górnej części strony głównej domeny [www.upc.pl](http://www.upc.pl), bez możliwości zamknięcia, z możliwością jego zwinięcia przez

użytkownika tak aby widoczna była skrócona treść informacji: „Decyzja zobowiązująca Prezesa UOKiK nr DOZIK 8/2020. Dowiedz się więcej”, z ponowną możliwością rozwinięcia pełnego tekstu; przy ponownym wejściu na stronę, użytkownikowi wyświetlona zostanie skrócona treść informacji, z ponowną możliwością rozwinięcia pełnego tekstu przez użytkownika

- c) w przypadku wersji mobilnej strony internetowej widoczna będzie informacja o treści skróconej: „Decyzja zobowiązująca Prezesa UOKiK nr DOZIK 8/2020. Dowiedz się więcej” z możliwością jej rozwinięcia przez użytkownika,
- d) tekst powyższego oświadczenia zostanie wyrównany do lewej strony,
- e) zastosowana czcionka będzie odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej na ww. stronie internetowej,
- f) fragment oświadczenia o treści „dostępnej tutaj” zostanie zamieszczony w formie hiperłącza (linku) do decyzji,
- g) w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem danego przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw przedsiębiorcy dawnej i nowej,
- h) w przypadku zmiany adresu strony internetowej, niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do strony internetowej funkcjonującej w czasie zamieszczenia przedmiotowego oświadczenia na stronie internetowej UPC,
- i) przedmiotowe oświadczenie będzie dostępne na stronie internetowej UPC Polska przez okres 2 (słownie: dwóch) miesięcy od daty jego zamieszczenia na stronie internetowej UPC Polska,

## II.

Na podstawie art. 28 ust. 3 w związku z art. 28 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 1076 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, że UPC Polska stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, opisane w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na UPC Polska Sp. z o.o. 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. informacji o datach zaniechania stosowania praktyk, o których mowa w pkt I.1.1-I.1.3 oraz I.1.6 rozstrzygnięcia decyzji, zgodnie z zobowiązaniem, o którym mowa w pkt I.2.1-I.2.4 rozstrzygnięcia decyzji,
2. standardów obsługi dotyczących zawarcia i zmiany umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w wersji przed i po dokonaniu modyfikacji, o których mowa w pkt I.2.1 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji,

3. dokumentów wewnętrznych (np. skryptów telefonicznych rozmów sprzedażowych) stosowanych przez Spółkę uwzględniających zmiany wprowadzone na skutek zobowiązania, o którym mowa w pkt I.2.2 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji,
4. po 10 przykładowych nagrań telefonicznych rozmów sprzedażowych z pierwszego dnia co drugiego miesiąca przeprowadzonych przez Spółkę z konsumentami w godzinach: 11:00:-11:20 oraz 17:20-17:40 (po 5 nagrań z każdego okresu czasowego), którzy nie wyrazili zgody na przestanie załączników do umowy w formie elektronicznej, a do zmiany warunków umowy wymagane jest dokonanie instalacji przez technika w lokalu konsumenta (łącznie 60 nagrań, w przypadku braku nagrań z pierwszego dnia miesiąca proszę o przekazanie nagrań z kolejnych dni miesiąca, w których doszło do przeprowadzenia ww. telefonicznych rozmów sprzedażowych),
5. 5 przykładowych potwierdzeń skierowanych przez UPC Polska do konsumentów w przypadku wyboru przez konsumenta dostarczenia potwierdzenia treści proponowanej zmiany warunków umowy drogą listowną wraz z informacją o dacie ich dostarczenia oraz dacie wizyty technika w lokalu konsumenta,
6. 5 przykładowych potwierdzeń skierowanych przez UPC Polska do konsumentów w przypadku wyboru przez konsumenta dostarczenia potwierdzenia treści proponowanej zmiany warunków umowy przez technika (bez uprzedniego przekazania ww. potwierdzenia drogą listowną),
7. dokumentów wewnętrznych stosowanych przez Spółkę uwzględniających zmiany wprowadzone na skutek zobowiązania, o którym mowa w pkt I.2.3 rozstrzygnięcia decyzji,
8. dokumentów wewnętrznych stosowanych przez Spółkę uwzględniających zmiany wprowadzone na skutek zobowiązania, o którym mowa w pkt I.2.4 rozstrzygnięcia decyzji,
9. 5 przykładowych potwierdzeń zmiany warunków umowy przekazanych konsumentom na trwałym nośniku stosownie do wymogów wynikających z art. 21 ust. 1 upk, o czym mowa w pkt I.2.4 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji,
10. danych liczbowych wskazujących, ilu konsumentów było uprawnionych do skorzystania z poszczególnych rekompensat określonych w pkt I.2.5, I.2.6, I.2.7 [z podziałem na grupy konsumentów, o których mowa w pkt I.2.5.2 i)-v); I.2.6.2, I.2.7.2],
11. danych liczbowych wskazujących, ilu konsumentów skorzystało z poszczególnych rekompensat określonych w pkt I.2.5, I.2.6, I.2.7 [z podziałem na grupy, o których mowa w pkt I.2.5.2 i)-v); I.2.6.2, I.2.7.2],
12. danych liczbowych wskazujących, ilu konsumentów było uprawnionych do skorzystania z poszczególnych rekompensat określonych w pkt I.2.5, I.2.6, I.2.7 (z podziałem na poszczególne korzyści),
13. danych liczbowych wskazujących, ilu konsumentów skorzystało z poszczególnych rekompensat określonych w pkt I.2.5, I.2.6, I.2.7 (z podziałem na poszczególne korzyści),
- 14.6 potwierdzeń wskazujących na aktywację uprawnionym konsumentom dedykowanej oferty usługi telefonii mobilnej świadczonej przez UPC Polska - dla

- konsumentów, o których mowa w pkt 1.2.5, 1.2.6, 1.2.7 (po 2 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
- 15.6 potwierdzeń wskazujących na podwyższenie parametrów usługi dostępu do Internetu o jeden poziom wyżej - dla konsumentów, o których mowa w pkt 1.2.5, 1.2.6, 1.2.7 (po 2 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
- 16.6 potwierdzeń wskazujących na aktywację usługi telewizyjnej w pakiecie MAX - dla konsumentów, o których mowa w pkt 1.2.5, 1.2.6, 1.2.7 (po 2 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
- 17.6 potwierdzeń wskazujących na aktywację usługi telefonii stacjonarnej MINUTY DO WSZYSTKICH 60 - dla konsumentów, o których mowa w pkt 1.2.5, 1.2.6, 1.2.7 (po 2 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
- 18.6 potwierdzeń wskazujących na udostępnienie pakietu Polsat Sport Premium Go (w aplikacji Horizon GO) - dla konsumentów, o których mowa w pkt 1.2.5, 1.2.6, 1.2.7 (po 2 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
- 19.6 potwierdzeń wskazujących na udostępnienie usługi dodatkowej Pakietu Bezpieczeństwa UPC dla 3 urządzeń dla konsumentów, o których mowa w pkt 1.2.5, 1.2.6, 1.2.7 (po 2 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
- 20.6 potwierdzeń wskazujących na udostępnienie dostępu do pakietu Polsat Sport Premium,
- 21.6 potwierdzeń wskazujących na udostępnienie pakietu Polsat Sport Premium albo pakietu Filmy i Seriale - My Prime albo usługi Horizon Go - dla konsumentów, o których mowa w pkt 1.2.5, 1.2.6, 1.2.7 (po 2 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
- 22.6 potwierdzeń wskazujących na udostępnienie pakietu Filmy i Seriale - My Prime - dla konsumentów, o których mowa w pkt 1.2.5, 1.2.6, 1.2.7 (po 2 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
- 23.6 potwierdzeń wskazujących na udostępnienie usługi Horizon Go - dla konsumentów, o których mowa w pkt 1.2.5, 1.2.6, 1.2.7 (po 2 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
- 24.6 potwierdzeń wskazujących na przyznanie konsumentom upustu w wysokości co najmniej 10 zł, o którym mowa w pkt 1.2.5.4.2 i), 1.2.6.5.2 i) oraz 1.2.7.5.2. i) (po 2 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
- 25.6 potwierdzeń wskazujących na przyznanie konsumentom jednorazowego przysporzenia w wysokości 20 zł/30 zł, o czym mowa w pkt 1.2.5.4.2 ii), 1.2.6.5.2 ii) oraz 1.2.7.5.2. ii) (po 2 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
26. danych liczbowych wskazujących, ile reklamacji, o których mowa w pkt 1.2.8 b), wpłynęło do Spółki w okresie 30 dni od daty zaniechania stosowania przez Spółkę poszczególnych praktyk wraz z wskazaniem, ile z nich zostało rozpatrzonych pozytywnie, a ile negatywnie,
27. danych liczbowych wskazujących, do ilu konsumentów skierowano komunikaty o możliwości, terminie oraz sposobie skorzystania z korzyści, o czym mowa w pkt 1.2.8 c) oraz 1.2.8 d) rozstrzygnięcia (z podziałem na poszczególne kanały komunikacji),

28. danych liczbowych wskazujących, ilu konsumentów, do których nie został skierowany komunikat, o którym mowa w pkt II.27 powyżej skorzystało z korzyści, o których mowa w pkt I.2.5, I.2.6 oraz I.2.7,
29. po 5 przykładowych komunikatów, o których mowa w pkt II.27 powyżej przekazanych konsumentom poprzez (łącznie 10 komunikatów):
  - a) wiadomość e-mail
  - b) drogą listowną
30. 5 zrzutów ekranu wskazujących na przekazanie komunikatów, o których mowa w pkt II.27 powyżej poprzez umieszczenie wiadomości w elektronicznym biurze obsługi klienta (tzw. eBOK),
31. zrzutu ekranu ze strony internetowej UPC Polska przedstawiającego informację, o której mowa w pkt I.2.9. (z dnia zamieszczenia tego ogłoszenia) wraz z widoczną datą sporządzenia zrzutu ekranu,
32. informacji o orientacyjnej wysokości kosztów poniesionych przez Spółkę w związku z wykonaniem zobowiązania, o którym mowa w pkt I rozstrzygnięcia decyzji, z podziałem na koszty poniesione w związku z przyznaniem konsumentom poszczególnych korzyści oraz koszty wynikające z obsługi procesu wykonania zobowiązania. Należy wskazać główne rodzaje kosztów związanych z obsługą ww. procesu i ich orientacyjny udział w ogólnym koszcie obsługi procesu (np. opracowanie systemu IT, przygotowanie procedur, koszty osobowe itp.),
33. informacji, czy Spółka otrzymała reklamacje konsumentów dotyczące wykonania zobowiązania, o którym mowa w pkt I.2.5 -I.2.7 rozstrzygnięcia decyzji. Jeśli tak, należy wskazać ich liczbę i główne kategorie zgłaszanych problemów oraz sposób ich rozstrzygnięcia

- w terminie 12 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji.

## **Uzasadnienie**

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu” lub „Prezes UOKiK”) przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy Spółka dopuściła się naruszenia przepisów uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w związku ze sposobem zawierania oraz zmiany warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych na odległość (sygn. DOZIK-8.403.32.17.MN.AMar).

Postępowanie zostało wszczęte w związku z napływającymi do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej również jako: „Prezes Urzędu”) sygnałami konsumentów wskazującymi na możliwość dopuszczenia się przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej również jako: „UPC Polska” lub „Spółka”) nieprawidłowości w procedurze zawierania lub zmiany warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych w trybie na odległość.

Mając na uwadze dokonane na etapie postępowania wyjaśniającego ustalenia, Prezes Urzędu postanowieniem z dnia 11 grudnia 2018 r., wszczął z urzędu postępowanie w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w pkt I.1.1 - I.1.6. rozstrzygnięcia decyzji. Postanowieniem z dnia 11 grudnia 2018 r. i dnia 15 czerwca 2020 r. Prezes Urzędu włączył również do materiału dowodowego w postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określone dokumenty zgromadzone w toku ww. postępowania wyjaśniającego.

W celu dokonania ustaleń stanu faktycznego sprawy Prezes Urzędu wzywał Spółkę w toku prowadzonego postępowania do przekazania żądanych informacji, dokumentów oraz nagrań telefonicznych rozmów sprzedażowych, a także do przekazania stanowiska w sprawie.

Na podstawie przekazanych informacji i materiałów, w szczególności nagrań telefonicznych rozmów sprzedażowych przeprowadzonych przez Spółkę z konsumentami oraz wyjaśnień Spółki Prezes Urzędu dokonał ustaleń faktycznych w niniejszym postępowaniu.

W toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Spółka wniosła o wydanie w niniejszej sprawie decyzji zobowiązującej w trybie art. 28 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 ze zm., dalej jako: „uokik”), formułując zobowiązanie określone w pkt I rozstrzygnięcia decyzji pismem z dnia 14 stycznia 2019 r., która to propozycja została doprecyzowana w dalszej korespondencji (w pismach Spółki z dnia 1 kwietnia 2019 r., z dnia 3 i 10 lipca 2019 r., 14 sierpnia 2019 r., 29 października 2019 r., 4 marca 2019 r., korespondencji mailowej z dnia 6 kwietnia 2020 r., pismach Spółki z dnia 5 czerwca 2020 r. oraz 10 lipca 2020 r.).

Zgodnie z przedstawioną przez Spółkę propozycją zobowiązania głównymi kryteriami decydującymi o przyznaniu konsumentom prawa do rekompensaty są: fakt złożenia przez nich - w określonym przedziale czasowym - reklamacji na praktyki, o których mowa w pkt I.1.1. - I.1.6. rozstrzygnięcia decyzji oraz sposób rozpoznania jej/ich przez Spółkę.

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki przysporzeniem objęci zostaną wszyscy konsumenci, którzy dokonają stosownego zgłoszenia do UPC Polska, a wcześniej złożyli reklamację dotyczącą kwestionowanych przez Prezesa UOKiK praktyk (por. I.1.1. - I.1.6. niniejszego rozstrzygnięcia), rozpatrzoną przez UPC negatywnie, częściowo pozytywnie lub w sytuacjach, gdy Spółka nie dysponuje danymi raportowymi dotyczącymi przedmiotowych reklamacji. Według informacji przekazanych przez Spółkę liczba ww. reklamacji konsumentów wynosi [\*\*\*] (tj. [\*\*\*] reklamacji złożonych przez aktualnych klientów oraz [\*\*\*] reklamacji złożonych przez byłych klientów UPC Polska; stan na 31 lipca 2019 r.). Dodatkowo, w przypadku praktyki, o której mowa w pkt I.1.3. niniejszego rozstrzygnięcia zakresem przysporzenia Spółka objęła grupę [\*\*\*] reklamacji dotyczących ww. praktyki, rozpatrzonych przez UPC Polska pozytywnie (pismo Spółki z dnia 29 października 2019 r., str. 2).

Szczegółowe informacje dotyczące liczby reklamacji objętych przez UPC Polska zakresem przysporzenia zostały zamieszczone poniżej (por. pismo Spółki z dnia 14 sierpnia 2019 r., str. 23-24 oraz pismo Spółki z dnia 29 października 2019 r., str. 2).

Rodzaj praktyki	Liczba reklamacji objętych przysporzeniem	
	reklamacje rozpatrzone - negatywnie, - częściowo pozytywnie - Spółka nie dysponuje danymi raportowymi dotyczącymi przedmiotowych reklamacji	reklamacje rozpatrzone - pozytywnie

Praktyka, o której mowa w pkt 1.1.1 niniejszego rozstrzygnięcia	[***]	[***]
Praktyka, o której mowa w pkt 1.1.2 niniejszego rozstrzygnięcia	[***]	[***]
Praktyka, o której mowa w pkt 1.1.3 niniejszego rozstrzygnięcia	[***]	[***]
Praktyka, o której mowa w pkt 1.1.4 niniejszego rozstrzygnięcia	[***]	[***]
Praktyka, o której mowa w pkt 1.1.5 niniejszego rozstrzygnięcia	[***]	[***]
Praktyka, o której mowa w pkt 1.1.6 niniejszego rozstrzygnięcia	[***]	[***]
Łącznie	[***]	[***]

Oznaczenia:

A - aktualni abonenci UPC Polska na dzień 31 lipca 2019 r.

B- byli abonenci UPC Polska na dzień 31 lipca 2019 r.

Z uwagi na fakt, iż ręczna weryfikacja zgłoszeń złożonych przez konsumentów w okresie kilku lat - zgodnie z twierdzeniami Spółki - nie była możliwa ze względu na ich wysoką liczbę Spółka przyjęła, iż zakresem zobowiązania objęci zostaną wszyscy konsumenci, którzy w określonym okresie czasie złożyli reklamacje na (por. pismo Spółki z dnia 14 sierpnia 2019 r., str. 22-23 , pismo Spółki z dnia 29 października 2019 r. oraz pismo Spółki z dnia 5 czerwca 2020 r., str. 2):

- niedotrzymanie z winy przedsiębiorcy terminu zawarcia umowy o świadczenie usług,
- niedotrzymanie z winy dostawcy usług określonego w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych terminu rozpoczęcia świadczenia tych usług,
- niewykonania lub nienależytego wykonania usługi telekomunikacyjnej,
- nieprawidłowego obliczenia należności z tytułu świadczenia usługi telekomunikacyjnej.

Jak wskazała Spółka, z opcji polegającej na podwyższeniu usługi internetowej (por. pkt 1.2.5.4.1., 1.2.6.4.1. oraz 1.2.7.4.1. decyzji) na posiadanym przez konsumenta sprzęcie będzie mogło skorzystać około [\*\*\*] uprawnionych do uzyskania przysporzenia konsumentkiego konsumentów. Podwyższenie usługi telewizyjnej z pakietu SELECT do pakietu Max będzie natomiast dostępne dla około [\*\*\*] uprawnionych konsumentów (por. pismo Spółki z dnia 29 października, str. 2-3).

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki liczba byłych abonentów będących konsumentami, którzy złożyli reklamację dotyczącą co najmniej jednej z praktyk, o których mowa w pkt 1.1.1. - 1.1.6. rozstrzygnięcia wynosi [\*\*\*], z czego ok [\*\*\*]% stanowią przypadki, w których UPC Polska dysponuje adresem mailowym konsumentów (por. pismo Spółki z dnia 4 marca 2020 r., str. 6).

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 ustawy kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2020 r., poz. 256 ze zm., dalej jako: „kpa”), pismem z dnia 25 czerwca 2020 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego. Prezes Urzędu wyznaczył również termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy, co przedsiębiorca uczynił w dniu 3 lipca 2020 r. Ostateczne stanowisko w sprawie zaproponowanego zobowiązania Spółka zajęła w piśmie z dnia 10 lipca 2020 r.

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

UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem **KRS 0000273136**. Przedmiotem działalności Spółki są m.in. działalność w zakresie telekomunikacji przewodowej oraz nadawanie programów telewizyjnych ogólnodostępnych i abonamentowych. W związku z prowadzoną działalnością Spółka świadczy konsumentom usługi telekomunikacyjne, w tym w zakresie dostępu do Internetu, telewizji kablowej oraz telefonii stacjonarnej. Działalność telekomunikacyjna jest działalnością regulowaną i podlega wpisowi do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Spółka jest wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych pod nr **111**.

**Dowód:** informacja odpowiadająca odpisowi aktualnemu z Krajowego Rejestru Sądowego wg stanu na dzień 10 lipca 2020 r., informacja z Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych wg stanu na dzień 10 lipca 2020 r.

W toku postępowania wyjaśniającego (sygn. DOZIK-6.403.32.17.MN.AMar) Prezes Urzędu ustalił, że UPC Polska umożliwiła konsumentom zawarcie i zmianę warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość.

Analiza przekazanych przez Spółkę materiałów wykazała, że konsument może zawrzeć umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z wykorzystaniem telefonu lub strony internetowej UPC Polska. Zmiana warunków ww. umowy może nastąpić natomiasz z użyciem telefonu, strony internetowej Spółki lub za pośrednictwem dekodera.

**Dowód:** pismo Spółki z dnia 18 września 2017 r., str. 3, 6-10, pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 2-3.

Na podstawie wyjaśnień Spółki, zawartych w pismach z dnia 18 września 2017 r., 31 stycznia 2018 r., 19 października 2018 r., 22 października 2018 r., 14 stycznia 2019 r., 3 i 10 lipca 2019 r., 14 sierpnia 2019 r., 29 października 2019 r. oraz 5 czerwca 2020 r. Prezes Urzędu ustalił następujący przebieg procesu zawierania lub zmiany warunków umów z konsumentami.

#### **I. Zawieranie lub zmiana umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych za pośrednictwem telefonu**

Na podstawie wyjaśnień Spółki, materiałów opisujących stosowane przez Spółkę procedury oraz nagrań telefonicznych rozmów sprzedażowych Prezes Urzędu stwierdził, że do ustalenia warunków lub zmiany warunków umowy dochodzi w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej inicjowanej przez konsumenta lub Spółkę. W pierwszym kroku, w ramach



telefonicznej rozmowy sprzedażowej, UPC Polska weryfikuje dane klienta w celu potwierdzenia, czy jest on w danej chwili klientem Spółki. Podczas ww. rozmowy konsultant przedstawia konsumentowi ofertę, po uprzednim przedstawieniu przez konsumenta jego oczekiwań. W przypadku wyboru oferty przez konsumenta konsultant wystawia w systemie zlecenie na podłączenie usług danemu klientowi, dodając wybrane usługi do konta klienta, podsumowuje ustalenia sprzedażowe oraz pyta, czy konsument akceptuje warunki przedstawionej mu oferty. W trakcie podsumowania konsultant przekazuje konsumentowi m.in. informację o zamawianych usługach, opłatach, długości zobowiązania czy prawie odstąpienia od umowy. Podjęcie kolejnych kroków Spółka uzależnia od tego, czy rozmowa sprzedażowa dotyczy zawarcia nowej umowy czy też zmiany warunków umowy dotychczasowej, a w przypadku tej ostatniej - od tego, czy zmiana warunków umowy wymaga usług instalacji w lokalu klienta.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 18 września 2017 r., str.6-8 oraz pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., str. 9, pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 13-14.**

### **I.1. Pouczenie konsumenta w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej o prawie odstąpienia od (zmian) umowy**

Prezes Urzędu ustalił, iż UPC Polska prowadzi telefoniczne rozmowy sprzedażowe w oparciu o dokumenty wewnętrzne takie jak: [\*\*\*] oraz skrypt sprzedażowy [\*\*\*] (por. pismo Spółki z dnia 18 września 2018 r., str. 7 oraz załącznik nr 16 do ww. pisma oraz dokument [\*\*\*] (pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., str. 9 oraz załącznik nr 7 do ww. pisma).

Zgodnie ze [\*\*\*] konsultant ustalający z konsumentem warunki lub zmianę warunków umowy przez telefon ma obowiązek poinformować konsumenta o przysługującym mu prawie odstąpienia od umowy.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., str. 9 oraz załącznik nr 7 do ww. pisma; załącznik do pisma z dnia 18 września 2018 r. „[\*\*\*]”, str. 50; pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 12-14.**

Jednocześnie analiza nagrań rozmów sprzedażowych przekazanych przez UPC Polska dokonana w trakcie postępowania wykazała, że część konsumentów nie jest powiadamianych o prawie do odstąpienia od umowy.

Przykładowo konsumenci nie zostali pouczeni o prawie odstąpienia w następujących rozmowach sprzedażowych: rozmowy o numerze [\*\*\*] (załącznik nr 2 do pisma Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., płyta CD, folder materiały do pkt III ppkt 1 Wezwania, podfolder 3.07.2017 16:00-18:00 oraz 23.06.2017 14:00-16:00); rozmowy o numerze [\*\*\*] (załącznik nr 2 do pisma Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., płyta CD, folder materiały do pkt V ppkt 20 Wezwania, podfoldery 15.09.2017 oraz 15.10.2017 oraz załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 19 października 2018 r.).

Brak pouczenia o prawie odstąpienia od umowy dotyczył ponadto rozmów o numerze [\*\*\*] (załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., płyta CD, folder Ad 3) czy też nagrań o numerze [\*\*\*] (załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 28 października 2019 r. o sygn. DOZIK-6.403.32.17.MN.AMar (płyta CD).

Przebieg rozmów sprzedażowych ilustrują następujące, przykładowe nagrania:

→ [8:20]:Spółka (dalej jako „S”): Czyli w takim razie jutro w takim [\*\*\*] zakresie pracownik techniczny się u Pana pojawi. Technikowi Pan nic nie płaci. (...) No i to będzie pakiet pełny z nagrywarką, na dekodерze (...), 150 Mb na tym nowym modemie internetowym

technik wszystko panu podłączy i skonfiguruje, multiroom, dostęp do kanałów (...) I to jest (...) za ten pakiet plus (...) za (...) cały okres umowy.(...)

S: Ja też po podłączeniu do Pana zadzwonię, czy ten technik się u Pana pojawił, czy Panu podłączył, czy jest Pan zadowolony.

S: Do usłyszenia.

Dowód: nagranie o numerze [\*\*\*] (załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., płyta CD, folder Ad 3).

→ S: Dzień Dobry (...) UPC Polska z tej strony.

K: Tak, tak, to ja.

S: Dzwonię w sprawie świadczenia usług na ulicy (...), aby poinformować pana, że pojawiły się nowe rozwiązania w kwestii oferty, którą chciałabym Panu przedstawić, gdyż Pana obecna umowa skończyła się z końcem kwietnia.

K: Chciałbym posłuchać (...)

S: Widzę, że obecnie posiada Pan pakiet (...) Czy jest Pan zadowolony z obecnych parametrów, czy czegoś brakuje?

No dobrze, to ja mogę zaproponować (...), wszystko w kwocie (...).

K: A są jeszcze inne warianty promocji? (...)

S: To jest najtańsza oferta, jaką jestem w stanie zaoferować przy tych parametrach.

K: (...) Dobrze, to muszę podpisać jakiś aneks do umowy?

S: Nie, wysyłamy do Pana potwierdzenie przedłużenia promocji, bo to nie jest nowa umowa, tylko właśnie aneks i ten aneks otrzyma Pan na adres mailowy (...).

K: Tak.

S: Tylko muszę to z Panem podsumować, że przedłużamy sobie na pakiecie telewizji (...) i to wszystko w kwocie (...). Umowa zawierana jest na czas nieokreślony, promocja jest przedłużona na kolejny okres (...) miesiący.

[fragment rozmowy dotyczący usług dodatkowych]

S: No dobrze, to chyba wszystko z mojej strony. (...)

K: Do widzenia.

Dowód: nagranie o numerze [\*\*\*] (załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 28 października 2019 r. o sygn. DOZIK-6.403.32.17.MN.AMar (płyta CD).

Zgodnie z materiałami przekazanymi przez UPC Polska w okresie wrzesień - listopad 2018 r. do Spółki wpłynęło [\*\*\*] reklamacji w związku z brakiem pouczenia o odstąpieniu od umowy w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej dotyczącej zawarcia lub zmiany warunków umowy. Poniżej zamieszczono fragment jednej z nich:

→ „W nawiązaniu do rozmowy telefonicznej z dnia (...) miałem przetestować dodatkowe kanały telewizyjne. Pan powiedział, że mogę w każdej chwili zrezygnować, nie informując mnie, że muszę to zrobić w ciągu 14 dni. (...)” [por. pismo [\*\*\*] do UPC Polska z dnia 4 października 2019 r. (por. załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 14 stycznia

2019 r, płyta CD, folder „Materiały do odpowiedzi ma punkt 4 a Wezwania”, podfolder „październik 2018”]

Analiza przekazanych przez Spółkę materiałów wykazała, iż większość ww. reklamacji została rozpatrzona przez Spółkę pozytywnie, a w konsekwencji wiązała się z uznaniem prawa odstąpienia przez przedsiębiorcę i korektą naliczonych opłat.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 12 wraz z załącznikiem nr 1 do ww. pisma - płyta CD, folder „Materiały do odpowiedzi na punkt 4a Wezwania”.**

Zapytana o to, czy Spółka przeprowadzała jakiegokolwiek wewnętrzne analizy lub kontrole mające na celu ustalenie, czy w trakcie telefonicznych rozmów sprzedażowych dotyczących zawarcia lub zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych konsultanci pouczają konsumentów o prawie do odstąpienia przedsiębiorca wskazał, iż w strukturach UPC Polska prowadzony jest regularny monitoring rozmów sprzedażowych odbywanych przez konsultantów.

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki w ramach ww. działań Spółka przeprowadza tzw. [\*\*\*]

**Dowód: pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 13.**

## **I.2. Zawarcie umowy z nowym klientem**

W przypadku zawierania przez Spółkę umowy z nowym klientem konsumentowi przesyłane jest - na adres mailowy lub listownie (w przypadku braku adresu e-mail) - potwierdzenie zamówionych usług. W ocenie Spółki zawarcie umowy z nowym klientem następuje wówczas w lokalu konsumenta, w formie pisemnej, poprzez złożenie przez konsumenta podpisu na umowie, dostarczonej przez technika wraz z kompletem dokumentów w formie papierowej. W ocenie Spółki ww. potwierdzenie nie ma zatem „wartości formalno-prawnej, a jedynie informacyjną”.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 18 września 2018 r., str. 3, pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., str.9, pismo Spółki z dnia 19 października 2018 r, str.17.**

## **I.3. Zmiana warunków umowy niewymagająca wizyty technika w lokalu konsumenta**

Prezes Urzędu ustalił, iż w przypadku, gdy rozmowa sprzedażowa dotyczy zmiany warunków umowy z obecnym abonentem UPC Polska, a wizyta technika w celu instalacji usług w lokalu konsumenta nie jest konieczna, konsument otrzymuje - na adres mailowy lub listownie (w sytuacji, gdy konsument nie wyraził zgody na komunikację elektroniczną i nie podał adresu e-mail do takiej komunikacji) potwierdzenie zmiany umowy.

W przesyłanej e-mailem wiadomości zamieszczony jest przycisk „Potwierdzam”, którego kliknięcie oznacza akceptację przez konsumenta zmiany warunków ustalonych w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej.

W ww. wiadomości konsument może zobaczyć następującą informację:

→ „Drogi Kliencie,

Dziękujemy, że możemy gościć w Twoim domu i zapewniać najlepszą rozrywkę dla całej Twojej rodziny. Poniżej przesyłamy opis zmian, które zostały wprowadzone do Twojej umowy. Sprawdź, czy wszystko się zgadza i potwierdź zmiany, klikając w poniższy przycisk” (por. załącznik nr 30 do pisma z dnia 18 września 2017 r.).

W przypadku przestania ww. potwierdzenia listownie konsument akceptuje ustalone wcześniej warunki poprzez odesłanie otrzymanego od Spółki, wypełnionego formularza.

**Dowód:** pismo z dnia 18 września 2017 r., str. 6-8 oraz załączniki nr 30-31 do ww. pisma - „Potwierdzenie zmian w Twojej umowie”, pismo z dnia 31 stycznia 2018 r., str.9 oraz pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 14-15 oraz załącznik nr 1 do ww. pisma (płyta CD, folder „Materiały do odpowiedzi na punkt 6 Wezwania”).

Na podstawie wyjaśnień Spółki ustalono, że w przypadku niezatwierdzenia we wspomniany sposób warunków zmiany umowy Spółka kontaktuje się z klientem za pośrednictwem wiadomości SMS. Spółka przesyła łącznie trzy wiadomości SMS przypominające o konieczności zatwierdzenia ww. warunków zmiany umowy.

Treść ww. wiadomości SMS została zamieszczona poniżej

→ „Drogi Kliencie, odpisz TAK, aby potwierdzić zmianę Umowy Abonenckiej, której dokonałeś telefonicznie. Dziękujemy i pozdrawiamy, UPC Polska. Koszt SMS wg taryfy”

**Zwrotny SMS wysyłany przez Spółkę w przypadku odpowiedzi innej niż TAK:**

→ „Jeśli nie zgłaszałeś zmian w Umowie Abonenckiej lub masz pytania prosimy o kontakt 813 813 813 Pozdrawiamy UPC Polska.”

Niezależnie od powyższego konsument może zatwierdzić ustalone warunki umowy, korzystając z drogi telefonicznej. Rozmowa telefoniczna jest rejestrowana przez Spółkę.

**Dowód:** pismo Spółki z dnia 18 września 2017 r., str. 7-8, pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., str. 10, załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 22 października 2018 r., płyta CD, folder „Odpowiedź na punkt 16 a) Wezwania”.

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki w toku prowadzonego postępowania ustalono, że „[p]odczas rozmowy telefonicznej, po zaakceptowaniu przez klienta warunków umowy, klient jest informowany o maksymalnym terminie aktywacji usługi (w sytuacjach tzw. aktywacji zdalnej) lub ustala termin instalacji (w sytuacjach gdy konieczna jest wizyta technika). Termin aktywacji (rozpoczęcia świadczenia usług) następuje więc przed upływem terminu na odstąpienie od zawartej/zmienionej umowy”. Oznacza to, że w przypadku konsumentów, którzy nie potwierdzili jeszcze chęci zmiany umowy na warunkach ustalonych uprzednio w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej za pomocą przycisku „Potwierdź”, wiadomości SMS lub przez telefon, Spółka rozpoczyna świadczenie usług na ustalonych telefonicznie warunkach jeszcze przed wykonaniem ww. czynności.

**Dowód:** pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., str. 10.

W przypadku natomiast braku kontaktu konsumenta - pomimo przypomnień w tym zakresie ze strony UPC Polska - Spółka nie podejmuje dalszych czynności w tym zakresie oraz nie zaprzestaje świadczenia usług na rzecz konsumenta. Oznacza to kontynuowanie świadczenia przez Spółkę usług - pomimo braku wyrażenia na to zgody przez konsumenta, a w konsekwencji naliczanie przez UPC Polska opłat za świadczenie przez Spółkę usług telekomunikacyjnych, co do których konsument nie potwierdził zmiany umowy.

O powyższym świadczą wyjaśnienia Spółki, jak również skierowane do UPC Polska reklamacje, zgłoszenia oraz oświadczenia konsumentów.

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki w lipcu i sierpniu 2018 r. do UPC Polska wpłynęło [\*\*\*] reklamacji w związku z faktem naliczania opłat za świadczenie przez Spółkę usług telekomunikacyjnych, co do których konsument nie potwierdził faktu zmiany umowy, z czego [\*\*\*] zostało rozpatrzonych

pozytywnie. W tym samym okresie do Spółki wpłynęło ponadto [\*\*\*] przypadków oznaczonych jako [\*\*\*] tj. zgłoszeń konsumentów o przywrócenie warunków poprzedniej umowy abonenckiej, z czego [\*\*\*] z nich zostały rozpatrzone pozytywnie. W lipcu i sierpniu 2018 r. Spółka otrzymała również [\*\*\*] reklamacji w związku z wypowiedzeniem dotychczasowo obowiązującej konsumenta umowy w przypadku zmiany warunków umowy dokonanej telefonicznie, bez potwierdzenia tej zmiany przez konsumenta. [\*\*\*] ww. reklamacji zostało rozpatrzonych przez Spółkę pozytywnie. Ponadto w ww. terminie do Spółki wpłynęły [\*\*\*] zgłoszenia online o przywrócenie usług sprzed zmiany warunków umowy dokonanych telefonicznie.

W miesiącach : wrzesień, październik oraz listopad roku 2018 liczba reklamacji złożonych przez konsumentów w związku z faktem naliczania opłat za usługi, na które konsument się nie zgodził (nie potwierdził zmiany usług kliknięciem, rozmową telefoniczną lub odesłaniem potwierdzenia w formie papierowej) wyniosła [\*\*\*].

**Dowód:** pismo Spółki z dnia z 31 stycznia 2018 r., str. 10 wraz z załącznikiem nr 2 do ww. pisma [materiały do pkt V.23-V.24 - płyta CD oraz załącznik nr1 do pisma Spółki z dnia 19 października 2018 r. - odpowiedź - na pkt 20a-20e - płyta CD ] oraz pismo Spółki z dnia 18 września 2017 r. oraz załączniki nr 9 i 21 do ww. pisma (pkt 5 dokumentu „[\*\*\*]”, znajdującego się w załączniku nr 9 - „[\*\*\*]” oraz pkt 1, str. 3 załącznika nr 21 - Instrukcja kierowana do pracowników UPC pt. „[\*\*\*]”); pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 21.

O ww. praktyce Spółki świadczą ponadto zgłoszenia konsumentów, zamieszczone przez nich na forum UPC Polska. Poniżej zamieszczona została treść przykładowego zgłoszenia konsumenta w tym zakresie.

→ Sytuacja obecna - skończyła się umowa główna na TV, internet i telefon, ale dalej trwa umowa na multiroom. Chcę podpisać nową umowę na 24 mce na cały pakiet tj. TV, internet, telefon i multiroom, tak by wszystko było w nowej umowie. Uzgadniam wszystko z pracownikiem działu utrzymania klienta. Na drugi dzień dostaję nie tylko propozycję nowych warunków umowy, ale (uwaga) zatwierdzone bez mojej zgody!!! nowe warunki umowy!!!!. Nic nie zatwierdziłem w mailu, a UPC samo się porządziło. W nowych warunkach brak jest tego co uzgodnione dzień wcześniej - multiroom. Dzwonię do UPC z prośbą o kontakt z tym Panem z którym ustalałem warunki. Konsultant wpisuje w systemie informatycznym UPC informację, by ta osoba oddzwoniła do mnie. Czekam kilka dni - piszę reklamację. W międzyczasie dzwonię do UPC - nikt nic nie wie czekamy na wynik reklamacji. Po prawie 30 dniach dostaję informację że reklamacja jest zasadna, że konsultant się pomylił i że wielokrotnie próbowano się ze mną skontaktować w celu wyjaśnienia sprawy. Co ciekawe w każdym mailu pod nazwiskiem piszę nr telefonu, ale nie UPC dzwoni na stary mój nr telefonu, który został zastąpiony nowym. (...) Oczywiście w informacji dot. reklamacji nikt nie odniósł się do sprawy, że UPC samo zaakceptowało nowe warunki umowy - wiąże się z tym większy rachunek (...) (por. zgłoszenie konsumenta zamieszczone na forum <https://forum.upc.eu/> z dnia 23 kwietnia 2018 r., załącznik do protokołu z dnia 19 grudnia, podkreślenia własne).

Na podstawie przekazanych przez UPC Polska materiałów Prezes Urzędu ustalił, że w listopadzie 2018 r. liczba konsumentów, którzy dokonali zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych wyniosła [\*\*\*], w tym: [\*\*\*] liczba konsumentów, którym Spółka potwierdziła treść zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w formie

wiadomości e-mail<sup>1</sup> oraz [\*\*\*] konsumentów, którym Spółka potwierdziła treść zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w formie listownej.

Spośród [\*\*\*] osób [\*\*\*] - stanowili konsumenci, którzy wyrazili chęć zmiany poprzez kliknięcie przycisku „Potwierdź”, natomiast [\*\*\*] to konsumenci, którzy wyrazili chęć zmiany poprzez złożenie podpisu na umowie dostarczonej przez technika /montera do lokalu.

Jednocześnie - zgodnie z zapewnieniami przedsiębiorcy - część konsumentów potwierdziła chęć zmiany warunków umowy poprzez korespondencję e-mailową oraz listowną, jednakże po weryfikacji systemów teleinformatycznych przedsiębiorcy - UPC Polska nie ma możliwości podania liczby ww. konsumentów „ostatecznie i w sposób pewny”.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 19-20.**

Prezes Urzędu ustalił, iż wśród dopuszczalnych przez Spółkę sposobów rezygnacji przez konsumenta ze zmiany warunków umowy, które zostały ustalone w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej oraz nie zostały zatwierdzone przez konsumenta znajdują się m.in.: przekazanie informacji o rezygnacji z usług przez konsumenta w formie pisemnej poprzez oświadczenie klienta na dedykowany adres Spółki, rezygnacja z usług w salonie UPC Polska podczas wizyty klienta oraz rezygnacja w formie elektronicznej poprzez dedykowany temu formularz elektroniczny, dostępny w platformie „Moje UPC”. Dodatkowo, zgodnie z wyjaśnieniami Spółki, „w każdym przypadku kompletne oświadczenia o odstąpieniu złożone w terminie do 14 dni od dnia zawarcia Umowy Abonenckiej, w tym dotyczące usług aktywowanych i świadczonych pomimo braku akceptacji warunków Umowy (dotyczy to umów zawartych z wykorzystaniem telefonu) są uwzględniane na korzyść klientów”.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 19 października 2018 r., str. 15-16 oraz pismo Spółki z dnia 22 października 2018 r., str. 9.**

#### **I.4. Zmiana warunków umowy wymagająca wizyty technika w lokalu konsumenta**

Na podstawie wyjaśnień Spółki Prezes Urzędu ustalił, że w sytuacji, gdy zmiana warunków umowy wymaga instalacji w lokalu konsumenta sposób jej dokonania jest uzależniony od wyboru konsumenta. UPC Polska zapewnia w tym zakresie trzy rozwiązania.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r.**

##### **I.4. a)**

Prezes Urzędu ustalił, że konsumenci, którzy podali Spółce adres poczty elektronicznej, otrzymują wiadomość e-mail zawierającą potwierdzenie zmiany umowy. Do zmiany warunków w ocenie Spółki umowy dochodzi wówczas w lokalu konsumenta, w formie pisemnej, poprzez złożenie przez konsumenta podpisu na umowie, dostarczonej przez technika.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 18 września 2017 r. oraz załącznik nr 29 do ww. pisma o nazwie „Potwierdzenie zmian w Twojej umowie”.**

##### **I.4. b)**

---

<sup>1</sup> Spółka wskazała, że część spośród [\*\*\*] konsumentów stanowili klienci, którzy nie podali oficjalnego adresu poczty do komunikacji elektronicznej, ale podali inny adres e-mail. W ich przypadku – obok oficjalnego potwierdzenia listownego Spółka przesłała również – informacyjne - potwierdzenia na adres e-mail znany przedsiębiorcy. Oznacza to, że liczba konsumentów, którym Spółka skutecznie potwierdziła treść zmiany warunków umowy w formie wiadomości e-mail była w rzeczywistości mniejsza. Stąd też podane dane nie sumują się do [\*\*\*].

Zgodnie z ustaleniami Prezesa Urzędu - od dnia [\*\*\*] Spółka umożliwiła części swoich abonentów potwierdzenie zmiany warunków umowy także poprzez kliknięcie przycisku „Potwierdzam” zamieszczonego w wiadomości e-mail. Dla przekazania ww. potwierdzenia w takiej postaci konsument musi uprzednio wyrazić zgodę na komunikację elektroniczną oraz wskazać Spółce w tym celu adres e-mail. Podczas wizyty technika nie jest wtedy konieczne złożenie przez konsumenta podpisu, a technik dokonuje wówczas jedynie instalacji usług. Dostarczenie umowy do podpisania przez technika/montera w komplecie z pozostałymi dokumentami następuje wówczas jedynie w sytuacji, w której konsument nie kliknie w przycisk „Potwierdź” zamieszczony w wiadomości e-mail.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 18 września, str. 8, pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., str. 9 oraz pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 15-16 oraz załącznik nr 1 do ww. pisma (płyta CD, folder „Materiały do odpowiedzi na punkt 6 Wezwania”).**

#### I.4. c).

W przypadku natomiast konsumentów, którzy nie posiadają adresu poczty elektronicznej, na który mogłaby zostać przesłana proponowana treść zmian warunków, „zmieniona umowa abonencka jest podpisywana w trakcie instalacji, a Spółka nie wysyła odrębnej pisemnej korespondencji”.

Jednocześnie, zgodnie z wyjaśnieniami Spółki - nawet w przypadku, gdy klient nie wyraził zgody na korespondencję elektroniczną w sprawie i nie podał adresu e-mail właściwego do takiej komunikacji w praktyce Spółki zdarza się, że konsumentowi może zostać dostarczone tzw. „potwierdzenie zamówienia usług” na adres e-mail posiadany przez przedsiębiorcę. Ww. potwierdzenie pełni wówczas wyłącznie „funkcję informacyjną, a nie formalno-prawną, gdyż w tym przypadku instalator dostarcza klientowi umowę do podpisania oraz komplet dokumentów”.

Z informacji przekazanych przez Spółkę wynika ponadto, iż w wyniku błędu w procedurach stosowanych przez Spółkę tytuł e-maila przesyłanego do konsumentów został zmieniony na „Potwierdzenie zmiany Umowy Abonenckiej” (zamiast „Potwierdzenia zamówienia usług”). Błędny nagłówek wysyłany był do konsumentów w okresie [\*\*\*]. Przedmiotowy błąd nie miał wpływu na prawidłowość potwierdzenia konsumentowi treści uzgodnionych przez konsumenta warunków zmiany umowy abonenckiej.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., str. 9, pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 14-15 oraz pismo Spółki z dnia 10 lipca 2019 r., str. 2.**

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki w trakcie wizyty instalatora konsument ma możliwość zapoznania się z dostarczonymi mu dokumentami. Podczas wizyty - przed rozpoczęciem instalacji - technik przekazuje konsumentowi dokumentację i prosi klienta o zapoznanie się z nią. Konsument może poprosić montera by wstrzymał się on z instalacją do czasu zapoznania się z umową lub też zapoznać się z nią podczas instalacji.

Prezes Urzędu ustalił, że Spółka nie doręcza dokumentacji umownej przed wizytą instalatora.

Analiza przekazanych przez UPC Polska wyjaśnień oraz materiałów wykazała, że przedstawiciel Spółki (technik/monter) nie podpisuje umowy z klientem oraz nie ma uprawnienia do uzgadniania warunków dostarczanej umowy. W sytuacji, gdy klient chce zmienić zakres umowy podczas instalacji, technik kontaktuje się z odpowiednim działem obsługi UPC. Przykładowo, jeśli w trakcie instalacji okaże się, że klient np. nie zamawiał danych usług, są to inne usługi niż zamawiał lub chce dokupić usługi, z klientem - za pośrednictwem telefonu technika - kontaktuje

się konsultant z [\*\*\*]. Dochodzi wówczas do korekty zamówionych usług oraz ich wprowadzenia do zawartej umowy na koncie klienta i odręcznie - na egzemplarzach zawartej umowy, a rozmowa telefoniczna z konsultantem jest wówczas rejestrowana przez Spółkę.

Na podstawie wyjaśnień Spółki Prezes Urzędu ustalił, że w miesiącach wrzesień, październik oraz listopad 2018 r. Spółka [\*\*\*] reklamacji konsumentów w związku z faktem niepotwierdzenia przez Spółkę treści zmiany warunków na papierze lub innym trwałym nośniku przed wizytą technika/montera, podczas której konsumentowi doręczana jest dokumentacja do podpisu.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 21.**

W przekazanych przez Spółkę skargach/reklamacjach konsumentów związku z przebiegiem wizyty technika/montera, podczas której konsumentowi doręczana jest dokumentacja umowna do podpisu konsumenci wskazywali natomiast kwestie takie jak m.in. problemy techniczne, uszkodzenia spowodowane instalacją sprzętu przez technika, brak wizyty technika w umówionym terminie, brak profesjonalnego zachowania się przez technika czy niezgodność umowy z ustaleniami, jakich konsument dokonał z konsultantem podczas telefonicznej rozmowy sprzedażowej. Oto przykładowe cytaty z ww. reklamacji:

- „Witam dnia 28.09.2018 zawarłam umowę w ramach promocji galaktycznej internet z telewizją za [\*\*\*]. (...) tylko tyle że umowę dostałam na [\*\*\*]zamiast za [\*\*\*].Proszę o sprawdzenie reklamacji. Na moim koncie w dniu 05.10.18 przez infolinię została reklamacja dodana ale bez załącznika który tutaj dodałam” (por. pismo [\*\*\*], załącznik do pisma Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., płyta CD, folder - odpowiedź do pkt 13).
- „ (...) [klient] dodaje, że pomimo, iż nie zainstalował tv to kazał [klientowi] podpisać umowę na zakres wszystkich usług (...)” (por. reklamacja ustna [\*\*\*], załącznik do pisma Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., płyta CD, folder. - odpowiedź do pkt 13).
- „Klient twierdzi, że instalator nie podłączył (...), gdyż stwierdził, że na tym odbiorniku nie da się tego podłączyć. Klient (przypis własny) żąda albo podłączenia dekodera skutecznie albo powrotu do poprzedniej umowy oraz korektę naliczeń” (reklamacja ustna [\*\*\*], załącznik do pisma Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., płyta CD, folder - odpowiedź do pkt 13).
- Klient w czasie rozmowy z konsultantem (...) na temat zmiany umowy został poinformowany, że usługa telefonu zostanie zainstalowana przez technika, jednak na miejscu okazało się, że technik nie potrafi tego telefonu podpiąć, aktualnie klient nie rozumie, dlaczego ma płacić za coś, czego nie używa (reklamacja ustna [\*\*\*] załącznik do pisma Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., płyta CD, folder - odpowiedź do pkt 13).

Zapytana o średni czas wizyty technika u klienta Spółka oświadczyła, że wskazanie takiej informacji nie jest możliwe. Czynnikiem wpływającym na ewentualną długość wizyty technika są bowiem: [\*\*\*]. Zlecenia instalacyjne są wykonywane w [\*\*\*], a klient jest umawiany na wybrany przez niego przedział czasowy. W praktyce Spółki zdarzają się przypadki [\*\*\*].

**Dowód: pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., str. 9-10, pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 18-19 oraz załącznik nr 1 do ww. pisma - płyta CD: folder „Materiały do odpowiedzi na punkt 13 Wezwania”.**

## I.5. Potwierdzenie zmiany warunków umowy



W piśmie z dnia z dnia 31 stycznia 2018 r. (str. 11) Spółka wskazała, po zatwierdzeniu przez konsumenta zmiany warunków umowy, ustalonych uprzednio w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, Spółka nie przekazuje konsumentom „kolejnego (drugiego) potwierdzenia zmiany warunków umowy”.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., str. 11.**

Jednocześnie, z pisma z dnia 14 stycznia 2019 r. wynika, że kliknięcie przycisku „Potwierdź” przez konsumenta powoduje przekierowanie go na stronę, z której wynika, iż klient potwierdził zmianę warunków umowy. Po ww. potwierdzeniu przez klienta zmian konsumentom automatycznie rozsyłana jest ponadto stosowna wiadomość e-mail potwierdzająca dokonanie zmian - zgodnie ze złożonym wcześniej zamówieniem (por. pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 16-17 oraz pismo Spółki z dnia 5 czerwca 2020 r., str. 3). Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki ww. procedura jest stosowana przez UPC Polska od [\*\*\*] (por. pismo Spółki z dnia 10 lipca 2019 r., str. 3).

Z wyjaśnień Spółki z dnia 5 czerwca 2020 r. wynika natomiast, że ww. potwierdzenie nie jest przekazywane tym konsumentom, którzy dokonują potwierdzenia woli zawarcia/zmiany warunków umowy poprzez odesłanie odpowiedzi na wiadomość SMS wysłaną przez Spółkę do konsumenta lub w trakcie nagrywanej przez Spółkę rozmowy (por. str. 20 decyzji oraz pismo Spółki z dnia 5 czerwca 2020 r., str. 3).

**Dowód: pismo Spółki z dnia 5 czerwca 2020 r., str. 3.**

## **II. Zawieranie lub zmiana warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych za pośrednictwem strony internetowej lub dekodera**

### **II.1. Zawarcie umowy za pośrednictwem strony internetowej**

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki UPC Polska umożliwia zawarcie umowy za pośrednictwem strony internetowej. Nowi klienci mogą zawierać umowy za pośrednictwem [www.upc.pl](http://www.upc.pl) przy użyciu formularza elektronicznego („Formularz online”).

**Dowód: pismo z dnia 18 września, str. 3; pismo z dnia 31 stycznia, str. 5.**

W związku z zawarciem umowy konsument otrzymuje dwie wiadomości e-mail. Pierwsza z nich składa się z podsumowania usług zamówionych przez konsumenta w formie pdf, w którym znajdują się „informacje, które zostały wprowadzone przez klienta do Formularza, informacje o zamówionych usługach, szczegóły promocji oraz linki do wszystkich dokumentów abonenckich, ogólnych i szczegółowych”.

Konsument otrzymuje ponadto drugą wiadomość e-mail, w której przesyłane jest mu „Potwierdzenie zawarcia Umowy Abonenckiej” z informacjami obejmującymi imię i nazwisko, numer identyfikacyjny abonenta, adres świadczenia usługi, wybrane usługi oraz koszty związane z korzystaniem z nich, odnośniki do regulaminów i innych dokumentów, a także przyznany przez UPC Polska numer telefonu oraz adres e-mail. Po zawarciu umowy przez konsumenta następuje wystawienie zlecenia, w oparciu, o które dokonywana jest instalacja „Zakończenia Sieci” w lokalu abonenta w terminie wskazanym w formularzu elektronicznym.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 18 września 2017 r., str. 5 oraz załącznik nr 23 do ww. pisma Spółki - dokument „Informacja o Zawarciu Umowy Abonenckiej” oraz „Potwierdzenie**

zawarcia Umowy Abonenckiej” (por. także załącznik nr 28 - „Potwierdzenie zawarcia Umowy Abonenckiej”).

## **II.2. Zmiana warunków umowy za pośrednictwem strony internetowej Spółki**

Prezes Urzędu ustalił, że za pośrednictwem strony internetowej Spółki może dojść również do zmiany warunków umowy. Na podstawie wyjaśnień przekazanych przez UPC Polska Prezes Urzędu stwierdził, iż proces ten jest analogiczny do procesu zawierania nowej umowy za pośrednictwem strony internetowej, z zastrzeżeniem, że ostateczna forma zmiany warunków umowy jest uzależniona od technicznego sposobu wdrożenia zmian świadczenia usług.

W przypadku zmian wymagających jedynie instalacji zdalnej, bez konieczności instalacji usług w lokalu konsumenta, do zawarcia umowy dochodzi wyłącznie na odległość, za pośrednictwem formularza zmiany usług. W związku z zawarciem umowy konsument otrzymuje wówczas wiadomość e-mail w postaci potwierdzenia zmiany umowy.

W przypadku zmian wymagających instalacji w lokalu konsumenta wypełnienie formularza na stronie internetowej Spółki inicjuje natomiast jedynie proces zmiany warunków umowy. Zmiana warunków umowy następuje wówczas w formie pisemnej, poprzez podpisanie umowy o świadczenie usług, która jest doręczana przez technika UPC po dokonaniu instalacji. Przed ww. wizytą konsument otrzymuje wiadomość e-mail zawierającą potwierdzenie złożenia zamówienia, zawierające warunki zmienionej umowy.

**Dowód:** załącznik nr 15 do pisma z dnia 18 września 2017 r., omyłkowo oznaczony przez Spółkę w treści ww. pisma jako nr 14 „Potwierdzenie zmian w Twojej Umowie”; pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., str. 5-7 oraz załączniki 3-3f do ww. pisma, załącznik nr 4 do ww. pisma - „Potwierdzenie zamówienia usług”, załącznik nr 5 do ww. pisma - „Potwierdzenie zmian w Twojej Umowie”.

## **II.3. Zmiana warunków umowy za pośrednictwem dekodera**

W toku postępowania ustalono ponadto, że Spółka umożliwia dokonanie zmiany warunków poprzez zamówienie dodatkowych pakietów programów Premium za pośrednictwem dekodera, przy pomocy zainstalowanej na dekodерze aplikacji. Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki w przypadku zamówienia ww. pakietów konsument otrzymuje wiadomość e-mail zawierającą elektroniczne potwierdzenie zmiany warunków umowy za pomocą środka porozumiewania się na odległość. W przypadku braku posiadania przez konsumenta adresu mailowego ww. potwierdzenie przesyłane jest mu zaś w formie pisemnej.

**Dowód:** pismo z dnia 18 września 2018 r., str. 9-10 oraz załącznik nr 15 do ww. pisma „Potwierdzenie zmian w Twojej Umowie”, załącznik nr 32 do ww. pisma; pismo Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r., str. 12 oraz załącznik 32 do pisma z dnia 18 września 2017 r.).

## **III. Treść przesyłanych konsumentom potwierdzeń w przypadku zawarcia lub zmiany warunków umów z wykorzystaniem telefonu, strony internetowej lub dekodera.**

Na podstawie wyjaśnień Spółki oraz dostarczonych materiałów Prezes Urzędu ustalił, że w odniesieniu do znacznej części konsumentów Spółka przekazuje dokumentację abonencką, przesyłając stosowne potwierdzenie na adres e-mail podany przez konsumenta.

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki oraz przekazanymi materiałami UPC Polska wysyła konsumentom w formie wiadomości e-mail następujące rodzaje potwierdzeń:

- potwierdzenie wprowadzenia zmian w umowie z wykorzystaniem telefonu,
- potwierdzenie zamówienia usług w przypadku zawarcia nowej umowy z wykorzystaniem telefonu,
- potwierdzenie zawarcia nowej umowy z wykorzystaniem serwisu internetowego,
- potwierdzenie wprowadzenia zmian w umowie z wykorzystaniem serwisu internetowego,
- potwierdzenie zamówienia usług w przypadku zmiany warunków umowy z wykorzystaniem serwisu internetowego,
- potwierdzenie wprowadzenia zmian w umowie za pośrednictwem dekodera.

Ww. potwierdzenia składają się z podsumowania zamówionych przez konsumenta usług, wskazującego m.in. ich rodzaj, cenę i okres trwania zobowiązania.

**Dowód:** załączniki nr 15, 23, 28 oraz 30-31 do pisma Spółki z dnia 18 września 2017 r., załączniki nr 4 i 5 do pisma Spółki z dnia 31 stycznia 2018 r.; pismo Spółki z dnia 19 października 2018 r., str. 17-18, załączniki nr 1-4 do pisma Spółki z dnia 14 sierpnia 2019 r.

Zgodnie z ustaleniami Prezesa Urzędu do czerwca 2019 r. w ww. potwierdzeniach zawarte były ponadto odnośniki przekierowujące konsumentów do poszczególnych dokumentów, stanowiących część umowy, zamieszczonych na stronie internetowej Spółki. W celu zapoznania się z m.in. z treścią dokumentów takich jak: regulaminy, ogólne warunki umów czy pouczenia, konsument musiał zatem kliknąć w link znajdujący się w dolnej części wiadomości email, który odsyłał go do konkretnego dokumentu, znajdującego się na stronie internetowej Spółki.

Do czerwca 2019 r. - w przypadku zmiany warunków umowy następującej z wykorzystaniem telefonicznej rozmowy sprzedażowej dokumenty abonenckie, do których odesłanie UPC Polska zamieszczała w potwierdzeniach przekazywanych konsumentowi (potwierdzenia [\*\*]) linkowane były do serwera zarządzanego przez [\*\*]. Ww. procedura obowiązywała do [\*\*].

Zgodnie ze zmianą wprowadzoną [\*\*] UPC Polska zainicjowała linkowanie ww. dokumentów do specjalnej strefy Elektronicznego Biura Obsługi Klienta (dalej także jako: „EBOK”), do której pliki były pobierane automatycznie z „[\*\*]”, tj. specjalnego serwera stworzonego przez Spółkę na potrzeby [\*\*] - funkcjonującego niezależnie od strony głównej UPC Polska Sp. z o.o.

W ocenie Spółki zachowanie ww. procedury zapewniały niezmiennosc treści zamieszczanych na stronach internetowych, na które konsumenci byli przekierowywani po kliknięciu w link zamieszczony w przekazywanych im potwierdzeniach.

Jak wskazała Spółka, każda zmiana dokumentu w „[\*\*]” wiązała się z utworzeniem i zapisaniem jego nowej wersji, przez co konsumenci, którzy otrzymali link do danego dokumentu, mieli dostęp tylko do jednej jego wersji. Zdaniem przedsiębiorcy powyższe oraz fakt, iż link przekazywany w ramach potwierdzenia konsumentowi był opatrzony [\*\*] miało zapewniać konsumentom trwałość przekazywanych przez UPC Polska informacji. Jednocześnie, zgodnie z wyjaśnieniami złożonymi przez przedsiębiorcę, podmiot sprawujący kontrolę nad „[\*\*]” stanowiła Spółka.

W przypadku natomiast sprzedaży usługi online, tj. umów zawieranych lub zmienianych za pośrednictwem strony internetowej, pliki dokumentów, do których odesłania zamieszczane były w potwierdzeniach, były przechowywane i linkowane na stronę w ramach serwera udostępnionego przez [\*\*\*], będącą jednocześnie administratorem ww. serwera. Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki dokumenty abonenckie były w pierwszej kolejności umieszczane [\*\*\*]. Następnie dokumenty te były aktywowane w celu pojawienia się ich w sieci w formie elektronicznej. Ww. czynności dokonywał [\*\*\*].

**Dowód: pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 21-23; pismo Spółki z dnia 10 lipca 2019 r., str. 3.**

Prezes Urzędu ustalił, że sposób potwierdzania konsumentom treści zawieranej lub zmienianej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, której warunki zostały uzgodnione w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej oraz faktu zawarcia lub zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych dokonanych za pośrednictwem strony internetowej lub dekodera został zmodyfikowany przez Spółkę w dniu 20 czerwca 2019 r.

Ww. zmiany polegały na zaprzestaniu wysyłania do klientów w treści potwierdzeń e-mail linków do dokumentów abonenckich na rzecz ich wysyłania w postaci plików pdf, jako załączników do wiadomości e-mail. Na potwierdzenie ww. zmian Spółka przekazała komplet dokumentacji otrzymywanej przez konsumenta drogą elektroniczną.

**Dowód: pismo Spółki z dnia 14 sierpnia 2019 r., str. 21-22; załączniki 1-4 do ww. pisma (tj. Potwierdzenia z dnia 1 lipca oraz 15 lipca 2019 r.).**

**Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.**

### **Naruszenie interesu publicznego**

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. 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.

Interes publiczny wymaga, aby zapewniona była ochrona konsumentów w procesie zawierania i następnie wykonywania umowy w sektorze telekomunikacyjnym. Bardzo istotna jest w praktyce w szczególności potrzeba zapewnienia przestrzegania praw konsumentów w związanych z zawieraniem umów na odległość.

W opinii Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, gdyż wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy zawarli lub mogli zawrzeć z UPC Polska umowę o świadczenie usług telewizji satelitarnej na odległość, tj. z wykorzystaniem telefonu, strony internetowej UPC Polska czy dekodera lub dokonali zmiany warunków umowy za pomocą ww. środków porozumiewania się na odległość. Działania przedsiębiorcy analizowane w toku

niniejszego postępowania nie dotyczą zatem interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów - byłych i obecnych kontrahentów Spółki, których sytuacja jest podobna. W niniejszej sprawie istnieją zatem podstawy do oceny zachowania UPC Polska pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

### **Uprawdopodobnienie stosowania przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów**

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

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

Jak stanowi art. 28 ust. 1 uokik, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1 uokik, lub będących podstawą wszczęcia postępowania - że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 uokik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24 uokik, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

Istota decyzji zobowiązującej polega na zawarciu quasi-porozumienia pomiędzy Prezesem UOKiK a przedsiębiorcą<sup>2</sup>. W doktrynie podkreśla się, że decyzja zobowiązująca stanowi jeden z najbardziej skutecznych mechanizmów będących w dyspozycji Prezesa UOKiK, których celem jest doprowadzenie działań przedsiębiorców do stanu zgodności z prawem ochrony konkurencji i konsumentów. Przyczyną wysokiej skuteczności procedury zobowiązującej jest przede wszystkim proporcjonalne rozłożenie obciążeń i korzyści po obu stronach tej relacji administracyjno-prawnej. Każda ze stron, tj. Prezes UOKiK i przedsiębiorca wnosi swoisty „wkład” w doprowadzenie do stanu zgodności z prawem, poświęcając z reguły pewne wartości, a w zamian zyskując inne, przy czym ostatecznie zyskuje konsument, którego interes podlega szczególnej ochronie<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> D. Miąsik (w:) T. Skoczny (red.), Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz, Warszawa 2009 r., s. 1048.

<sup>3</sup> J. Sroczyński, Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów: decyzja zobowiązująca (uwagi praktyczne oraz de lege ferenda), IKAR 1/2012, s.99.

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

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

Uprawdopodobnienie w omawianym przypadku oznacza, że Prezes Urzędu odstępuje od udowodnienia określonych faktów.

### **Status przedsiębiorcy**

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2018 r. poz. 646 ze zm.).

Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy - Prawo przedsiębiorców jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą.

UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000273136. Przedmiotem działalności Spółki są m.in. działalność w zakresie telekomunikacji przewodowej oraz nadawanie programów telewizyjnych ogólnodostępnych i abonamentowych. W związku z prowadzoną działalnością Spółka świadczy konsumentom usługi telekomunikacyjne, w tym w zakresie dostępu do Internetu, telewizji kablowej oraz telefonii stacjonarnej. Działalność telekomunikacyjna jest działalnością regulowaną i podlega wpisowi do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Spółka jest wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych pod nr 111.

Spółka prowadzi we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług telekomunikacyjnych na obszarze całego kraju. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik. 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.

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

Na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sankcjonowane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Sprzeczność z prawem działania lub zaniechania przedsiębiorcy jest ujmowana jako zachowanie niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa stanowionego. Dobre obyczaje natomiast pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego.

Naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów prawa stanowionego lub dobrych obyczajów jest jednocześnie wyrazem naruszenia obowiązującego porządku prawnego, który obejmuje zarówno nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, jak i nakazy i zakazy wynikające z zasad współzycia społecznego i dobrych obyczajów<sup>4</sup>. Rozważenia przy ocenie możliwości przypisania przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga zatem kwestia, czy jego zachowanie było zgodne czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego.

Za sprzeczne z prawem należy uznać m.in. takie praktyki stosowane przez przedsiębiorcę, które naruszają zasady określone w ustawie z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r., poz. 287 ze zm., dalej także jako: „upk” lub „ustawa o prawach konsumenta”).

Przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu będzie uprawdopodobnienie w ustalonym stanie faktycznym bezprawności działania przedsiębiorcy polegającego na naruszeniu zasad określonych w art. 19 ust. 1 w zw. z art. 12 upk, art. 20 ust. 2 upk, art. 20 ust. 2 w zw. z art. 2 ust. 2 pkt 4 upk oraz art. 21 ust. 1 upk.

### Umowy zawierane na odległość

Przywołana wyżej ustawa o prawach konsumenta określa m.in. **zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość**. Zgodnie z definicją zawartą w art. 2 ust. 1 upk przez umowę zawartą na odległość należy rozumieć umowę zawartą z konsumentem w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności stron, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie.

Oprócz regulacji o charakterze ogólnym, określających zasady i tryb zawierania z konsumentem umów na odległość, ustawa o prawach konsumenta w sposób szczególny odnosi się do m.in. **umów zawieranych przez telefon**, w przypadku których zastosowanie znajduje art. 20 ust. 2 upk. Wymieniony przepis znajdzie zastosowanie, gdy złożenie propozycji zawarcia umowy przez przedsiębiorcę oraz ustalenie istotnych jej warunków między przedsiębiorcą a konsumentem następuje przez telefon - tj. w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej.

W toku postępowania wyjaśniającego ustalono, że Spółka dopuszcza możliwość zawarcia lub zmiany warunków umowy z użyciem środków porozumiewania się na odległość, takich jak: telefon, strona internetowa Spółki oraz dekodery.

Procedura zawierania lub zmiany warunków umowy z użyciem telefonu została skonstruowana w taki sposób, że w pierwszej kolejności, w trakcie rozmowy telefonicznej, ustalane są warunki umowy, następnie przedsiębiorca dostarcza jej treść konsumentowi<sup>5</sup>, a w ostatnim kroku konsument potwierdza wolę związania się ww. umową poprzez: kliknięcie przycisku „Potwierdź”, zamieszczonego w otrzymanej od Spółki wiadomości e-mail, wysłanie wiadomości SMS, przez telefon lub poprzez odesłanie wypełnionego formularza w formie papierowej lub złożenie podpisu na umowie dostarczonej przez technika, podpisanej uprzednio przez upoważnionego pracownika Spółki.

---

<sup>4</sup> Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07.

<sup>5</sup> Z zastrzeżeniem stosowanych w tym zakresie przez Spółkę nieprawidłowości, o czym mowa w dalszej części niniejszego postanowienia.

W ostatnim przypadku - jeśli podczas wizyty technika konsument zauważy rozbieżności pomiędzy treścią umowy a ustaleniami telefonicznymi poczynionymi w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej lub też jeśli wyrazi chęć rozszerzenia przedmiotu umowy o dodatkowe usługi - może dojść do „korekty zamówionych usług”. W celu dokonania ww. korekty technik musi skontaktować się z konsultantem Spółki, za pośrednictwem jego telefonu, a więc środka porozumiewania się na odległość.

W sytuacji natomiast zawarcia lub zmiany warunków umowy z wykorzystaniem pozostałych środków porozumiewania się na odległość konsument zapoznaje się w pierwszej kolejności z warunkami umowy prezentowanymi na stronie internetowej lub na ekranie dekodera, a następnie - w zależności od tego, czy dochodzi do zawarcia nowej umowy czy zmiany warunków umowy dotychczasowej - konsumentowi dostarczane jest stosowne potwierdzenie lub umowa w formie pisemnej, podpisana uprzednio przez upoważnionego pracownika Spółki.

Tym samym na żadnym z przewidzianych przez Spółkę etapów zawierania lub zmiany umowy z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość (w tym z wykorzystaniem telefonu) nie dochodzi do jednoczesnej fizycznej obecności obu stron. Stąd też, w ocenie Prezesa Urzędu stanowisko Spółki, zgodnie z którym - w przypadku złożenia przez konsumenta zamówienia w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej do zawarcia umowy dochodzi dopiero w lokalu konsumenta, w którym podpisuje on umowę dostarczoną przez technika/montera - należy uznać za nieprawidłowe (por. wyjaśnienia Spółki na dzień 18 września 2018 r., por. pismo Spółki z dnia 18 września 2018 r., str. 3).

#### Tryb a forma zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych

W tym miejscu należy wskazać, iż, w ocenie Prezesa Urzędu, za błędne należy uznać także stanowisko, zgodnie z którym zawarcie umowy w formie elektronicznej za pośrednictwem strony internetowej Spółki stanowi „jedyne stosowane przez UPC tryb zawierania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na odległość przewidziany w aktualnych przepisach PT, regulujących zasady zawierania nowych umów z użytkownikami przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych” (wyjaśnienia udzielone przez Spółkę na dzień 18 września 2017 r. - por. pismo z dnia 18 września 2017 r., str. 3).

W przeciwieństwie do przepisów ustawy o prawach konsumenta - ustawa z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo Telekomunikacyjne (tj. Dz.U. z 2019 r. poz. 2460 ze zm., dalej jako „Pt”) nie odnosi się bowiem do **trybu** zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych (**zawarcie umowy w lokalu przedsiębiorstwa, poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość**). Przedmiotem regulacji ustawy jest natomiast kwestia **formy**, w jakiej konsument może zawrzeć ww. umowę z przedsiębiorcą, co z kolei nie zostało uregulowane w ustawie o prawach konsumenta.

Zgodnie z brzmieniem art. 56 ust. 2 Pt przed nowelizacją (tj. przed 12 grudnia 2018 r.) umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych mogła zostać zawarta jedynie w formie **pisemnej** lub **elektronicznej (na formularzu)**. Regulacja ta nie odnosiła się natomiast do trybu zawarcia umowy. W ograniczonym zakresie do trybu dokonywania zmian odnosił się obowiązujący wówczas art. 56 ust. 6 Pt. Zgodnie z art. 56 ust. 6 Pt dostawca usług mógł umożliwić abonentowi będącemu stroną umowy zawartej w formie pisemnej lub elektronicznej zmianę warunków umowy za pomocą środków porozumiewania się na



odległość. Dostawca był zobowiązany wówczas do utrwalenia oświadczenia abonenta o woli zmiany warunków umowy oraz potwierdzenia ww. faktu w określonym czasie. W myśl przepisu abonentowi przysługiwało wówczas prawo odstąpienia od dokonanej zmiany warunków umowy, bez podania przyczyn, poprzez złożenie oświadczenia w formie pisemnej w terminie 10 dni od dnia otrzymania potwierdzenia. Przepis ten nie wpływał jednak na obowiązywanie i konieczność stosowania przez przedsiębiorców ustawy o prawach konsumenta. Art. 56 ust. 6 Pt znajdował zastosowanie jedynie w zakresie, w jakim był zgodny z ustawą o prawach konsumenta.

Istotnych zmian w tym zakresie nie wprowadziła także nowelizacja Prawa telekomunikacyjnego, nadana ustawą z dnia 10 maja 2018 r. o zmianie ustawy Prawo Telekomunikacyjne oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2018 r. poz. 111) (dalej jako: „nowelizacja Pt”). Katalog form, w jakich dopuszczalne jest zawarcie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych został - obok formy pisemnej i elektronicznej - rozszerzony także o formę **dokumentową**, w przypadku której ustawodawca wprowadził obowiązek zachowania szczególnych czynności (por. art. 56a Pt w brzmieniu po nowelizacji Pt). W dalszym ciągu jednak formy zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych nie należy utożsamiać z trybem, w jakim jest ona zawierana.

W konsekwencji w sytuacji, gdy przedsiębiorca proponuje przez telefon i uzgadnia z konsumentem warunki zawarcia lub zmiany umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, a następnie składa podpis na umowie, która jest na dalszym etapie dostarczana przez kuriera - umowę taką należy uznać za zawartą przez telefon w rozumieniu ustawy o prawach konsumenta.

Odnosząc się natomiast do nowo wprowadzonego art. 56a Pt należy zauważyć, iż dla umów zawieranych w formie dokumentowej ustawodawca zdecydował się na wprowadzenie procedury charakterystycznej dla umów zawieranych z wykorzystaniem telefonu. Zgodnie bowiem z art. 56a Pt - w przypadku gdy oświadczenia woli składane są w formie dokumentowej, dostawca usług utrwała i dostarcza abonentowi treść zaproponowanych i uzgodnionych warunków umowy oraz oświadczenie abonenta o związaniu się tymi warunkami na trwałym nośniku w rozumieniu ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta. Jest to rozwiązanie spójne z art. 20 ust. 2 ustawy o prawach konsumenta.

### Zawarcie a zmiana warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych

Przed omówieniem poszczególnych praktyk, o których mowa w pkt I rozstrzygnięcia decyzji, należy także podkreślić, że dokonanie **zmiany warunków umowy** o świadczenie usług telekomunikacyjnych (za pomocą środków porozumiewania się na odległość lub w jakikolwiek inny sposób) należy traktować jako **zawarcie nowej umowy**. Zawarcie umowy polega na złożeniu zgodnych co do treści oświadczeń woli przez dwie lub więcej stron<sup>6</sup>, a przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 2019, poz. 1145 ze zm., dalej jako: „kc” lub „Kodeks cywilny”) o zawarciu umowy mają zastosowanie zarówno do umów powodujących powstanie stosunku prawnego, jak i nakierowanych na jego zmianę<sup>7</sup>. Zmiana umowy wiąże się bowiem z ustaleniem na nowo jej warunków w wyniku zgodnego porozumienia stron. Jedyny szczególny wymóg, jaki został nałożony przez ustawodawcę w Kodeksie cywilnym w związku ze

<sup>6</sup> E. Gniewek, P. Machnikowski (red.), Kodeks cywilny. Komentarz, Warszawa 2016, s. 168.

<sup>7</sup> Por. *ibidem*, s. 169.

zmianą warunków umowy dotyczy formy, w jakiej powinna ona zostać dokonana. Zgodnie bowiem z art. 77 § 1 kc uzupełnienie lub **zmiana umowy** wymaga zachowania takiej formy, jaką ustawa lub strony przewidziały w celu jej zawarcia.

Rozróżnienie procedur właściwych dla zawarcia i zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych występowało w Prawie Telekomunikacyjnym. Jednakże - w związku z wejściem w życie ustawy o prawach konsumenta - stosowanie odrębnych reguł dla przypadku zawarcia i zmiany warunków umowy zostało pozbawione uzasadnienia (por. uwagi poniżej). W ustawie o prawach konsumenta ustawodawca nie wyróżnił bowiem pojęcia zmiany warunków umowy jako odrębnego rodzaju porozumienia między stronami, które miałyby być inną od umowy kategorią prawną.

Przyjęty przez Prezesa Urzędu w niniejszej decyzji podział na proces zawierania nowych umów i zmiany ich warunków odzwierciedla jedynie ustalenia w stanie faktycznym i jest konsekwencją rozróżniania ww. przypadków przez Spółkę oraz stosowania przez UPC Polska szeregu różnorodnych procedur zawierania umów. Z wyjaśnień UPC Polska wynika bowiem, że Spółka uzależnia w swojej praktyce rodzaj stosowanych procedur od tego, czy zawiera z konsumentem nową umowę, czy dokonuje zmiany warunków umowy dotychczasowej. Przyjęcie ww. terminologii przez Prezesa Urzędu jest więc uzasadnione zachowaniem w niniejszym postanowieniu jasności wyводу w odniesieniu do różnic w praktyce Spółki.

### **Uprawdopodobnienie sprzeczności z prawem praktyki określonej w pkt I.1.1. rozstrzygnięcia decyzji**

#### Ustawa o prawach konsumenta a Prawo telekomunikacyjne

Zgodnie z art. 19 ust. 1 zd. 1 upk w przypadku, gdy do zawarcia lub zmiany umowy między konsumentem a przedsiębiorcą zachodzi z użyciem środka porozumiewania się na odległość, którego właściwości techniczne ograniczają rozmiar możliwych do przekazania informacji lub czas na ich przedstawienie, przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi przed zawarciem umowy co najmniej informacje dotyczące głównych cech świadczenia przedsiębiorcy, oznaczenia przedsiębiorcy, łącznej ceny lub wynagrodzenia, prawa odstąpienia od umowy, czasu trwania umowy, a jeżeli umowa została zawarta lub zmieniona na czas nieoznaczony - sposobu i przestanek jej wypowiedzenia.

Przepis ten należy rozpatrywać w związku z art. 12 upk, nakładającym szereg obowiązków informacyjnych na przedsiębiorców zawierających z konsumentami umowy na odległość (w tym przez telefon) lub poza lokalem przedsiębiorstwa. W myśl art. 12 ust. 1 pkt 9 upk jednym z obowiązków informacyjnych - ciężących na przedsiębiorcy proponującemu konsumentowi zawarcie lub zmianę warunków umowy w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej - jest pouczenie konsumenta o przysługującym mu prawie odstąpienia od umowy, o którym mowa w art. 27 upk. Na gruncie przywołanego przepisu konsument, który zawarł lub zmienił umowę na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, z wyjątkiem kosztów określonych w art. 33 upk (koszty przesyłki w przypadku wyboru innego sposobu dostarczenia niż najtańszy zwykły), art. 34 ust. 2 upk (bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy) i art. 35 upk (koszty świadczonych usług w okresie na odstąpienie od umowy w przypadku zgłoszenia żądania rozpoczęcia świadczenia).

Stan prawny do 12 grudnia 2018 r.

Do dnia 12 grudnia 2018 r. uprawnienie do odstąpienia od zmiany warunków umowy dokonanej za pomocą środków porozumiewania się na odległość było przewidziane również w ustawie Prawo Telekomunikacyjne. Zgodnie z art. 56 ust. 6 Pt in fine sprzed nowelizacji Pt abonentowi przysługiwało prawo odstąpienia od dokonanej zmiany warunków umowy, bez podania przyczyn, poprzez złożenie oświadczenia w formie pisemnej w terminie 10 dni od dnia otrzymania potwierdzenia.

Jednakże, jak zostało wskazane w orzecznictwie Prezesa Urzędu (por. decyzja Prezesa Urzędu z dnia 15 grudnia 2017 r., sygn. DOIK-610-514/16/AKr/KA), od wejścia w życie ustawy o prawach konsumenta do umów, o których mowa w art. 56 ust. 6 Pt, w polskim porządku prawnym istniała konieczność stosowania również przepisów ustawy o prawach konsumenta.

Ustawa o prawach konsumenta nie przewidywała bowiem w katalogu umów wyłączonych spod zakresu jej stosowania (art. 3 i 4 upk) umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Przepisy prawa krajowego objęte pozostają natomiast obowiązkiem stosowania wykładni pronunijnej (tzw. wykładni zgodnej), która nakłada na sądy państw członkowskich i inne organy stosujące prawo obowiązek stosowania wykładni prawa krajowego zgodnie z prawem UE, jego treścią i celem. W szczególności sądy krajowe powinny uczynić wszystko, co leży w zakresie ich kompetencji, stosując uznane w porządku krajowym metody wykładni, aby zapewnić pełną skuteczność normy unijnej i dokonać rozstrzygnięcia zgodnego z realizowanymi przez nią celami<sup>8</sup>. Obowiązek stosowania wykładni pronunijnej potwierdził również Sąd Najwyższy. Przykładowo, w postanowieniu Sądu Najwyższego (postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 13 grudnia 2012 r., sygn. III SK 23/2012) Sąd Najwyższy, aprobując orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości UE, wskazał: „w przypadku stwierdzenia sprzeczności między przepisem prawa krajowego a przepisem dyrektywy najpierw należy podjąć próbę pronunijnej wykładni przepisu prawa krajowego. Obowiązek dokonywania pronunijnej wykładni niezgodnego z prawem unijnym przepisu prawa krajowego może przy tym prowadzić do pominięcia przepisu prawa krajowego i zastosowania w jego miejsce innego przepisu prawa krajowego, który będzie zgodny z dyrektywą lub którego wykładnia taką zgodność pozwoli uzyskać”.

W przypadku art. 56 ust. 6 Pt (w brzmieniu sprzed nowelizacji Pt) w odniesieniu do umów z konsumentami, których warunki zostały zmienione na odległość brak było możliwości zastosowania ww. przepisu w zakresie, w jakim wskazany w nim termin oraz zasady odstępowania przez konsumenta od umowy po rozpoczęciu przez przedsiębiorcę świadczenia usług, stanowiących jej przedmiot pozostawały sprzeczne z ustawą o prawach konsumenta będącą implementacją dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającej dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. L 304 z 22 listopada 2011 r.). Podobne stanowisko zajęto we wspólnym stanowisku Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Urzędu Komunikacji Elektronicznej z 15 grudnia 2014 r. dotyczącym relacji ustawy Prawo telekomunikacyjne i ustawy o prawach konsumenta, wypracowanym w celu ułatwienia przedsiębiorcom wdrożenia rozwiązań przewidzianych we wchodzącej wówczas w życie ustawie o prawach konsumenta<sup>9</sup>.

#### Stan prawny od 12 grudnia 2018 r.

<sup>8</sup> A. Soltys, Obowiązek wykładni prawa krajowego zgodnie z prawem unijnym jako instrument zapewniania efektywności prawa Unii Europejskiej, Warszawa 2015, s. 79.

<sup>9</sup> Por. Stanowisko UKE i UOKiK dotyczące relacji ustaw Prawo telekomunikacyjne i o prawach konsumenta (dostępne na stronie [www.uokik.gov.pl/download.php?plik=15856](http://www.uokik.gov.pl/download.php?plik=15856)).

Z dniem 12 grudnia 2018 r. uchylone zostały regulacje zamieszczone w art. 56 ust. 6-9 Pt, rozróżniające tryb zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych od trybu jej zawierania. Oznacza to, że - także w świetle art. 56 Pt - obowiązki przedsiębiorcy oraz uprawnienia konsumenta są analogiczne niezależnie od tego, czy dochodzi do zawarcia, czy zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. W ocenie Prezesa Urzędu uchylenie ww. przepisów stanowiło jednak jedynie zmianę porządkującą i nie miało wpływu na istnienie 14-dniowego terminu na odstąpienie od umowy.

W konsekwencji - w ocenie Prezesa Urzędu - zarówno do dnia 12 grudnia 2018 r., jak i po ww. dacie - w przypadku zawarcia i zmiany warunków umowy z wykorzystaniem telefonu konsument powinien być zostać pouczony przez przedsiębiorcę m.in. o uprawnieniu do odstąpienia od ww. umowy w terminie **14 dni**.

Nie sposób zgodzić się zatem z ze stanowiskiem Spółki, zgodnie z którym „dopiero usunięcie tych przepisów z treści ustawy - Prawo telekomunikacyjne na podstawie ustawy z dnia 10 maja 2018 r. o zmianie ustawy - Prawo telekomunikacyjne oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2018 r. poz. 1118) spowodowało, że dopiero od 12 grudnia 2018 r. nie istnieją wątpliwości odnośnie obowiązków przedsiębiorców telekomunikacyjnych stosowania regulacji wynikających z przepisów ustawy o prawach konsumenta” (por. pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2020 r., str. 3-4). Za bezpodstawne należy ponadto uznać twierdzenie przedsiębiorcy, jakoby „kwestionowane przez Prezesa UOKiK praktyki były zgodne z (...) przepisami ustawy - Prawo telekomunikacyjne (w brzmieniu sprzed nowelizacji Pt - przypis autora), a nawet przewidywały regulacje bardziej korzystne dla konsumenta” (por. pismo Spółki z dnia 14 stycznia, str. 4).

Wyprowadzenia ww. wniosków nie uzasadnia tym bardziej treść pisma Prezesa Urzędu z dnia 14 listopada 2017 r. (DOIK-0248-2/17/LP), wystosowanego w związku z procesem legislacyjnym do ustawy Prawo Telekomunikacyjne, na które powołuje się przedsiębiorca. W ww. piśmie Prezes Urzędu podtrzymał bowiem stanowisko wyrażone wcześniej w dniu 10 grudnia 2014 r., o którym mowa powyżej, oraz wyraźnie wskazał, że do umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych znajdują zastosowanie przepisy upk dotyczące np. kwestii potwierdzenia zawarcia umowy, prawa odstąpienia, świadczenia usług w okresie odstąpienia i inne. W konsekwencji Prezes Urzędu negatywnie ocenił kwestionowanie przez niektórych przedsiębiorców telekomunikacyjnych obowiązku spełniania wymogów sformułowanych przez ustawę o prawach konsumenta w zakresie prawa do odstąpienia od umowy.

### **Obowiązek pouczenia w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej o prawie odstąpienia**

Z ustaleń dokonanych przez Prezesa Urzędu wynika, że Spółka może nie realizować obowiązku pouczenia w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej o prawie odstąpienia od umowy. Choć z materiałów i procedur wewnętrznych wynika, iż pouczenie o prawie odstąpienia powinno zostać zawarte w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, to analiza przekazanych przez Spółkę nagrań wskazuje na istnienie nieprawidłowości w tym zakresie (por. str. 17-18 decyzji).

W ocenie Spółki oczekiwanie przez Prezesa UOKiK przekazywania informacji o prawie odstąpienia w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej należy uznać za nieuzasadnione. Zdaniem UPC Polska w myśl art. 12 i 19 upk spełnienie obowiązków informacyjnych dotyczących umów zawieranych na odległość powinno nastąpić przed zawarciem umowy, a przedmiotowe obowiązki powinny zostać zrealizowane w sposób czytelny i prostym językiem. Jednocześnie przedsiębiorca nie ma obowiązku wykorzystania w tym zakresie trwałego nośnika. Na podstawie

ustawy o prawach konsumenta, zdaniem Spółki, brak jest ponadto obowiązku przekazywania określonych informacji w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej. Spółka podkreśliła także, że konsumenci są powiadamiani o ww. uprawnieniu poprzez dostarczenie im przez Spółkę potwierdzeń elektronicznych lub dokumentacji dostarczanej na piśmie przez technika dokonującego instalacji (por. pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 5-6).

Jednakże - w ocenie Prezesa Urzędu - fakt, iż w treści art. 12 oraz 19 upk ustawodawca nie posługuje się wprost sformułowaniem „telefoniczna rozmowa sprzedażowa” nie oznacza automatycznie, że w konkretnych okolicznościach przedsiębiorca nie będzie zobowiązany do przekazania określonych informacji właśnie w takiej formie. Interpretując ww. normy, nie można zapominać o dyrektywach wykładni systemowej i celowościowej. Zasady sformułowane w art. 19 upk należy bowiem traktować jako szczególne do tych, które zostały określone w art. 12 upk.

W art. 12 upk został wyliczony katalog informacji, które przedsiębiorca powinien przekazać konsumentowi w sposób jasny i zrozumiały w przypadku zawarcia z konsumentem umowy na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Na podstawie ww. przepisu przedsiębiorca - najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową - jest zobowiązany do przekazania konsumentowi ponad 20 różnych informacji.

Przedmiotem art. 19 upk jest natomiast sytuacja, w której przedsiębiorca zawiera z konsumentem umowę z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość, używając do tego środka porozumiewania się na odległość, którego właściwości techniczne ograniczają rozmiar możliwych do przekazania informacji lub czas na ich przedstawienie. Zakres przedmiotowy art. 19 upk jest zatem węższy od zakresu przypadków, o których mowa w art. 12 upk.

W przypadku zawierania umów na odległość ustawodawca zdaje sobie bowiem sprawę ze szczególnych okoliczności, jakie wiążą się z wykorzystaniem niektórych środków porozumiewania się na odległość. Z uwagi na właściwości techniczne środki te mogą różnić się od siebie i umożliwiać przekazanie różnego rozmiaru informacji, w różnym czasie. Biorąc pod uwagę możliwość zawarcia umowy z wykorzystaniem różnorodnych środków porozumiewania się na odległość, ustawodawca zabezpieczył zatem interesy konsumentów, określając minimalny katalog informacji, jaki przedsiębiorca jest zobowiązany przekazać konsumentowi przed zawarciem umowy - za pomocą środka porozumiewania się, w którym zawierana jest umowa. Informacje te ustawodawca uznał bowiem za szczególnie istotne w porównaniu z grupą informacji, o których mowa w art. 12 upk.

Zgodnie z przepisem informacje wymienione przez ustawodawcę w art. 19 upk powinny zostać przekazane przez przedsiębiorcę za pomocą środka porozumiewania się na odległość, z wykorzystaniem którego zawierana jest umowa - **jeszcze przed jej zawarciem**. Z kolei pozostałe informacje, o których mowa w art. 12 upk konsument może otrzymać w inny sposób. W przeciwnym wypadku wyodrębnienie ww. regulacji byłoby pozbawione uzasadnienia.

Oznacza to, że w przypadku zawierania umowy przez telefon przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi informacje takie jak: główne cechy świadczenia przedsiębiorcy, oznaczenia przedsiębiorcy, łączna ceny lub wynagrodzenia, prawo odstąpienia od umowy, czas trwania umowy, a jeżeli umowa została zawarta na czas nieoznaczony - sposób i przestanki jej wypowiedzenia w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej. Informacje, o których mowa w art. 12 upk i które nie zostały wyszczególnione w art. 19 upk przedsiębiorca może natomiast przekazać konsumentowi już po odbyciu ww. rozmowy - np. w formie potwierdzenia

elektronicznego [\*\*\*], na które powołuje się Spółka (por. pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 6).

Podsumowując, skutkiem stosowanych przez Spółkę procedur może być brak pouczenia części konsumentów w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej o prawie do odstąpienia od umowy, a w efekcie brak wiedzy konsumentów w tym zakresie. W konsekwencji należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt I.1.1 rozstrzygnięcia decyzji praktyka Spółki narusza art. 19 w zw. z art. 12 upk.

### **Uprawdopodobnienie sprzeczności z prawem praktyki określonej w pkt I.1.2. rozstrzygnięcia decyzji**

Zgodnie art. 20 ust. 2 upk jeżeli przedsiębiorca proponuje konsumentowi zawarcie lub zmianę warunków umowy przez telefon, ma on obowiązek potwierdzić treść proponowanej umowy utrwaloną na papierze lub innym trwałym nośniku jeszcze przed utwaleniem oświadczenia konsumenta o zawarciu lub zmianie umowy. Jak stanowi ww. przepis, oświadczenie konsumenta o zawarciu umowy staje się skuteczne, jeżeli zostało utrwalone na papierze lub innym trwałym nośniku po otrzymaniu potwierdzenia od przedsiębiorcy. Tym samym dla skutecznego zawarcia lub zmiany umowy w trybie na odległość konieczne jest zaistnienie sekwencji czynności określonych w art. 20 ust. 2 upk.

Ww. przepis ma zastosowanie, gdy w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej dochodzi do zaproponowania przez przedsiębiorcę zawarcia lub zmiany umowy oraz ustalenia jej warunków przez strony. W przypadku, gdy podczas rozmowy konsument wyrazi wolę zawarcia ww. umowy na przedstawionych mu warunkach, przedsiębiorca jest zobowiązany przekazać konsumentowi na trwałym nośniku potwierdzenie obejmujące treść proponowanej umowy, przykładowo za pośrednictwem poczty (tradycyjnej, elektronicznej), w wyniku czego konsument ma możliwość zapoznania się z przekazanymi mu warunkami umowy.

Następnie, jeśli po spełnieniu przez przedsiębiorcę powyższego obowiązku, konsument w dalszym ciągu wyraża wolę zawiązania się umową, powinien - w sposób wyraźny - potwierdzić złożone wcześniej oświadczenie. W praktyce oznacza to, iż - po potwierdzeniu przez przedsiębiorcę treści warunków ustalonych w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej - konsument składa kolejne oświadczenie woli, w którym podtrzymuje chęć zawarcia umowy wyrażoną w trakcie rozmowy telefonicznej. Zgodnie z przepisem ww. oświadczenie konsumenta powinno zostać utrwalone na papierze lub innym trwałym nośniku. W przypadku braku potwierdzenia przez konsumenta woli zawarcia lub zmiany umowy, oświadczenie złożone podczas rozmowy telefonicznej należy natomiast uznać za nieskuteczne.

Zgodnie z wykładnią celowościową, istotą art. 20 ust. 2 upk jest zapewnienie możliwości zapoznania się przez konsumenta z treścią warunków umowy zaproponowanych wcześniej w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej. Nadanie ww. uprawnienia konsumentowi należy uzasadniać specyfiką komunikacji telefonicznej<sup>10</sup>. Z uwagi na charakter ww. sposobu komunikacji możliwość skutecznego przekazania informacji konsumentowi pozostaje bowiem istotnie ograniczona. Komunikacja z wykorzystaniem telefonu wiąże się z ryzykiem celowego lub przypadkowego wprowadzenia konsumenta w błąd co do treści zawieranej umowy lub też niewłaściwym zrozumieniem warunków ww. umowy przez konsumenta. Aby możliwość

---

<sup>10</sup> Specyfikę komunikacji telefonicznej w kontekście art. 20 ust. 2 upk oraz obowiązków przedsiębiorcy podkreśla m.in. D. Lubasz (por. D. Lubasz [w:] Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz., red. M. Namysłowska, D. Lubasz, Warszawa 2015, str. 212).

weryfikacji treści umowy nie stanowiła jednak fikcji, przedsiębiorca - w świetle art. 20 ust. 2 upk - jest zobowiązany zapewnić konsumentowi odpowiednie warunki w tym zakresie.

Po pierwsze, konsument powinien dysponować odpowiednią ilością czasu na zapoznanie się z treścią umowy. Za wystarczającą w tym kontekście nie może być uznana chwila, w której pracownik dokonuje instalacji usług w lokalu konsumenta. W ocenie Prezesa Urzędu taka ilość czasu jest bowiem zbyt krótka, aby konsument mógł zapoznać się z obszerną i skomplikowaną treścią dostarczanej mu umowy. Ograniczenie czasu na zapoznanie się z warunkami umowy do pobytu przedstawiciela przedsiębiorcy w lokalu konsumenta utrudnia ponadto w znacznym stopniu możliwość skonsultowania treści umowy z bliską konsumentowi osobą lub profesjonalistą - w celu zasięgnięcia ich opinii.

Po drugie, przedsiębiorca nie powinien wywierać na konsumentie nacisków lub presji, mających na celu podjęcie przez niego określonej decyzji. W tym miejscu warto natomiast zauważyć, iż w praktyce wizytom techników towarzyszy zazwyczaj pośpiech, a uwaga konsumenta skupia się wówczas na udostępnieniu odpowiednich urządzeń w lokalu oraz zwróceniu uwagi na czynności technika, nie zaś na analizie dostarczonej przez technika umowy (w tym na poprawności dokonania podłączenia sprzętu przez technika oraz kontroli, czy na skutek wykonywanych przez technika czynności w lokalu konsumenta nie powstają szkody, co pokazuje treść reklamacji kierowanych przez klientów do UPC Polska - por. str. 24 rozstrzygnięcia). W tym kontekście nie bez znaczenia pozostaje również sam fakt rozpoczęcia przez technika prac mających na celu aktywację usług (co *de facto* stanowi rozpoczęcie wykonywania umowy) i jego wpływu psychologicznego na konsumenta. Widząc, iż doszło do częściowego podłączenia usług, konsument może być bowiem mniej skłonny do tego, by odmówić podpisania dostarczonej przez technika umowy czy zaproponować umówienie ponownej wizyty technika w celu zakończenia procesu zawierania umowy.

Po trzecie, należy zwrócić uwagę, iż norma zawarta w art. 20 ust. 2 upk zostanie zrealizowana jedynie wtedy, gdy opisane wyżej warunki zostaną zapewnione z inicjatywy przedsiębiorcy. Obowiązek ustanowiony w art. 20 ust. 2 upk nie zostanie zatem spełniony, jeśli przedsiębiorca zapewni odpowiednie warunki do zapoznania się z treścią zawieranej lub zmienionej umowy dopiero na wyraźne żądanie konsumenta. Możliwość weryfikacji treści umowy jest bowiem uprawnieniem konsumenta i powinna zostać mu zapewniona niezależnie od tego, czy zdecyduje się on z niej skorzystać.

Powyższą interpretację potwierdza wykładnia systemowa art. 20 ust. 2 upk. W tym kontekście należy bowiem wyraźnie odróżnić potwierdzenie zaproponowanych warunków umowy, o którym mowa w art. 20 ust. 2 upk, od potwierdzenia, które przedsiębiorca zobowiązany jest przekazać na podstawie art. 21 ust. 1 upk. To pierwsze dotyczy umów zawieranych z wykorzystaniem telefonu, a jego przedmiotem jest treść przedstawionych przez przedsiębiorcę warunków umowy. Drugie dotyczy natomiast umów zawieranych z użyciem środków porozumiewania się na odległość w ogólności oraz - w przeciwieństwie od potwierdzenia z art. 20 ust. 2 upk - zawiera ono informację o dokonany już zawarciu lub zmianie umowy z konsumentem. Wyodrębiając obowiązek potwierdzenia treści warunków umowy zaproponowanych przez przedsiębiorcę przez telefon do odrębnej regulacji, ustawodawca przyjął zatem, że musi być to czynność odrębna od samego potwierdzenia zawarcia umowy (w odniesieniu do omawianej praktyki następującego przez złożenie podpisów na umowie).

Brak spełnienia przez przedsiębiorcę wymogu z art. 20 ust. 2 upk w postaci obowiązku potwierdzenia treści warunków umowy ustalonych przez telefon - pomimo złożenia przez konsumenta podpisu na umowie - skutkuje zatem bezskutecznością oświadczenia konsumenta o zawarciu lub zmianie umowy. W rezultacie powoduje to, że nie dochodzi w ogóle do zawarcia

umowy. Bezskuteczność oświadczenia konsumenta prowadzi ponadto do uznania spełnionego przez przedsiębiorcę świadczenia za świadczenie nienależne w rozumieniu art. 5 upk<sup>11</sup>.

Świadczy o tym m.in. zastosowana przez ustawodawcę konstrukcja językowa, która wyraźnie wskazuje, iż oświadczenie o zawarciu lub zmianie warunków umowy staje się skuteczne, jeżeli zostało utrwalone na papierze lub innym trwałym nośniku, dopiero po otrzymaniu potwierdzenia od przedsiębiorcy.

Z ustaleń dokonanych przez Prezesa Urzędu wynika, że UPC Polska może nie realizować ww. obowiązków w odniesieniu do grupy konsumentów określonej w pkt I.1.1. rozstrzygnięcia decyzji. Jeśli bowiem przedmiotem telefonicznej rozmowy sprzedażowej jest zaproponowana przez Spółkę zmiana warunków umowy, a do ww. zmiany wymagana jest dodatkowo instalacja usług w lokalu konsumenta, sposób potwierdzenia treści ustalonych telefonicznie warunków zależy od tego, czy konsument posiada adres mailowy oraz od tego, czy chce go udostępnić Spółce. Zgodnie z ustaleniami Prezesa Urzędu - w przypadku konsumentów, którzy nie posiadają adresu poczty elektronicznej, na który mogłaby zostać przesłana proponowana treść potwierdzenia zmian warunków, „zmieniona umowa abonencka jest podpisywana w trakcie instalacji, a Spółka nie wysyła odrębnej pisemnej korespondencji” (pismo z dnia 31 stycznia 2018 r., str. 9).

Wobec powyższego - w ocenie Prezesa Urzędu - należy uznać, iż konsument, który nie posiada lub z innych przyczyn nie udostępnił Spółce adresu poczty elektronicznej, **nie ma możliwości zapoznania się z treścią zmiany warunków umowy z odpowiednim wyprzedzeniem przed jej podpisaniem**, a rozwiązanie stosowane przez Spółkę nie spełnia wymogów określonych w art. 20 ust. 2 upk. Umożliwienie konsumentowi zapoznania się z treścią dostarczanej mu umowy podczas instalacji usług przez technika/montera oraz możliwość zapoznania się z treścią umowy także przed przystąpieniem do ww. instalacji technika/montera na wyraźne życzenie konsumenta, na co powołuje się Spółka, w ocenie Prezesa Urzędu nie jest rozwiązaniem wystarczającym w świetle art. 20 ust. 2 upk.

Niezależnie od powyższego - Prezes Urzędu ustalił, że nawet w przypadku, **gdy klient nie wyraził zgody na korespondencję elektroniczną i nie podał adresu e-mail właściwego do takiej komunikacji** w praktyce Spółki zdarza się, że konsumentowi może zostać dostarczone tzw. „potwierdzenie zamówienia usług” na adres e-mail posiadany przez przedsiębiorcę (por. str. 22 decyzji). W ocenie Prezesa Urzędu przekazanie warunków umowy ustalonych podczas telefonicznej rozmowy sprzedażowej poprzez przesłanie wiadomości e-mail do konsumenta w wskazanych wyżej okolicznościach należy uznać za bezskuteczne. Od konsumenta, który nie wyraził zgody na korespondencję elektroniczną i nie podał adresu e-mail właściwego do takiej komunikacji nie można bowiem w żadnym wypadku oczekiwać, że będzie on zapoznawać się z treścią przesyłanych do niego komunikatów.

Z ww. stanowiskiem Prezesa Urzędu nie zgodziła się Spółka. W ocenie przedsiębiorcy art. 20 ust. 2 upk nie reguluje bowiem czasu udzielania przed przedsiębiorcą konsumentowi potwierdzenia umowy w kontekście momentu jej zawarcia oraz nie formułuje wymogu, zgodnie z którym moment potwierdzenia przez przedsiębiorcę warunków uzgodnionej telefonicznej zmiany umowy oraz moment złożenia przez konsumenta oświadczenia o zawarciu umowy musiałyby być rozdzielone w czasie w tym znaczeniu, iż nie mogłyby mieć miejsca w czasie jednego spotkania konsumenta i przedstawiciela UPC. Przedsiębiorca nie zgodził się ponadto z poglądem Prezesa Urzędu, zgodnie z którym zapoznanie się z warunkami umowy w czasie pobytu instalatora w domu konsumenta może wiązać się z trudnościami.

---

<sup>11</sup> D. Lubasz [w:] Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz., red. M. Namysłowska, D. Lubasz, Warszawa 2015, str. 213).



Również wskazywana przez przedsiębiorcę możliwość zmiany umowy podczas instalacji w lokalu konsumenta czy umówienia kolejnego spotkania celem podpisania umowy (por. str. 23 decyzji) budzi wątpliwości Prezesa Urzędu co do praktycznego jej wykorzystania w kontekście reklamacji przekazanych przez Spółkę (por. str. 24 decyzji). Przykładowo, na trudności w ww. zakresie wskazuje m.in. treść reklamacji złożonej przez konsumentkę w związku z nieprawidłowościami, jakie nastąpiły w trakcie zawarcia przez niej umowy w obecności technika. Zgodnie z wyjaśnieniami klientki kwota widniejąca na umowie dostarczonej przez monterą nie zgadzała się z kwotą ustaloną wcześniej z przedstawicielem Spółki, co wiązało się z koniecznością złożenia przez konsumentkę pisemnej reklamacji (por. reklamacja [\*\*\*], załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., płyta CD, folder „Materiały do odpowiedzi na punkt 13 Wezwania”, por. str. 24 decyzji). Podobnych wniosków mogą dostarczać reklamacja ustna [\*\*\*], załącznik do pisma Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., płyta CD, folder - odpowiedź do pkt 13 czy też reklamacja ustna [\*\*\*], załącznik do pisma Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., płyta CD, folder - odpowiedź do pkt 13.

Podsumowując, stosowane przez UPC Polska procedury mogą powodować, iż w sytuacji zmiany warunków umowy część klientów Spółki, będących konsumentami, nie ma możliwości zapoznania się z treścią zmiany warunków umowy z odpowiednim wyprzedzeniem przed jej podpisaniem. W rezultacie należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt 1.1.2. rozstrzygnięcia decyzji praktyka Spółki narusza art. 20 ust. 2 upk.

### **Uprawdopodobnienie sprzeczności z prawem praktyki określonej w pkt 1.1.3. rozstrzygnięcia decyzji**

Jak wskazano na str. 39 decyzji, dla skutecznego zawarcia umowy z wykorzystaniem środka porozumiewania się na odległość, w postaci telefonu, konieczne jest zaistnienie sekwencji czynności określonych w art. 20 ust. 2 upk.

Po pierwsze, przedsiębiorca jest zobowiązany przekazać konsumentowi na trwałym nośniku potwierdzenie obejmujące treść proponowanej w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej umowy, przykładowo za pośrednictwem poczty elektronicznej. Po drugie, oświadczenie konsumenta w przedmiocie zawarcia umowy (potwierdzenie przez konsumenta uprzednio złożonego oświadczenia) musi zostać utrwalone na papierze lub innym trwałym nośniku, przykładowo poprzez przesłanie stosownego oświadczenia za pośrednictwem poczty elektronicznej.

Tymczasem wyjaśnienia Spółki wskazują, iż w przypadku zmiany warunków umowy z wykorzystaniem telefonu niewymagającej wizyty technika w lokalu konsumenta - w razie braku kontaktu ze strony konsumenta (pomimo przypomnień dostarczanych mu przez UPC Polska) - Spółka wykonuje umowę w nowym kształcie, przyjmując, że doszło do skutecznej zmiany jej warunków. Z wyjaśnień Spółki wynika bowiem, że termin rozpoczęcia świadczenia usług może nastąpić przed potwierdzeniem przez konsumenta woli zmiany umowy, koniecznego dla skuteczności wyrażonego w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej oświadczenia konsumenta. Następnie pomimo braku potwierdzenia przez konsumenta oświadczenia o zmianie umowy kontynuowane jest świadczenie usług na zmienionych warunkach. Oznacza to kontynuowanie świadczenia przez Spółkę usług, pomimo braku wyrażenia przez konsumenta zgody, a w konsekwencji naliczanie przez UPC Polska opłat za świadczenie przez Spółkę usług telekomunikacyjnych, co do których konsument nie potwierdził zmiany umowy. Na powyższe wskazują stosowane przez Spółkę materiały wewnętrzne oraz kierowane do UPC Polska pisma konsumentów. Na znaczny rozmiar praktyki oraz fakt, iż może ona dotyczyć szerokiego kręgu

konsumentów wskazują ponadto dane liczbowe przekazane przez Spółkę (por. str. 20-21 decyzji).

W ocenie Prezesa Urzędu powyższa praktyka może naruszać art. 20 ust. 2 upk. Zgodnie z art. 20 ust. 2 upk w celu zawarcia lub zmiany umowy - po potwierdzeniu jej treści przez przedsiębiorcę - konsument musi bowiem złożyć wyraźne oświadczenie, które potwierdza akceptację ustalonych wcześniej drogą telefoniczną warunków. Niedopuszczalna jest zatem sytuacja, w której przedsiębiorca będzie uznawał ww. umowę za zawartą lub zmienioną w sytuacji, gdy konsument nie podejmie aktywnych działań w tym zakresie. W świetle art. 20 ust. 2 upk milczenie konsumenta należy bowiem interpretować jako brak potwierdzenia woli zawarcia umowy przez konsumenta. W konsekwencji oświadczenie złożone w trakcie rozmowy telefonicznej wskazujące na wolę zawarcia umowy należy uznać wówczas za nieskuteczne.

Powyższe stanowisko należy uzasadnić tym, iż po zapoznaniu się z treścią przedstawionych mu warunków konsument ma prawo nie wiązać się umową. W przeciwnym wypadku regulację ustanowioną w art. 20 ust. 2 upk należałoby uznać za pozbawioną celu. Należy zauważyć, że z uzasadnienia do projektu upk wynika, że rozwiązanie przewidziane w art. 20 ust. 2 upk stanowi odpowiedź na praktyczne problemy, jakich doświadczają konsumenci przy zawieraniu umów na odległość z wykorzystaniem telefonu. Z jednej strony w toku rozmowy sprzedażowej brak jest możliwości przedstawienia wszystkich warunków umowy, z drugiej zaś łatwo o nieporozumienie co do uzgadnianych warunków umowy wynikające np. ze zwięzłego wyrażania myśli w trakcie takiego rodzaju kontaktu. W konsekwencji pomiędzy warunkami, na które konsument wyraził zgodę w trakcie rozmowy telefonicznej, a rzeczywistymi warunkami umowy może wystąpić rozdźwięk. Rozwiązanie przewidziane w art. 20 ust. 2 upk pełni zatem podobną rolę co prawo do odstąpienia od umowy - pozwala konsumentowi na zapoznanie się z warunkami oferty przedsiębiorcy i zastanowić się nad związaniem się nią.

W świetle powyższego za niezgodne z art. 20 ust. 2 upk należy uznać także uzależnianie przez Spółkę przywrócenia stanu sprzed rozpoczęcia świadczenia usług telekomunikacyjnych, stanowiących przedmiot uzgodnień dokonanych drogą telefoniczną, od podjęcia przez konsumenta określonych działań, tj. m.in. przekazania informacji o rezygnacji z usług przez konsumenta w formie pisemnej poprzez oświadczenie klienta na dedykowany adres Spółki, rezygnacji z usług w salonie UPC Polska podczas wizyty klienta, czy rezygnacji w formie elektronicznej poprzez dedykowany temu formularz elektroniczny, dostępny w platformie „Moje UPC” (pismo Spółki z dnia 19 października 2018 r., str. 15-16). Bez znaczenia dla oceny bezprawności praktyki Spółki pozostaje ponadto fakt pozytywnego rozpatrywania reklamacji oraz innych zgłoszeń konsumentów złożonych w związku z kontynuowaniem świadczenia usług przez UPC Polska - pomimo braku wyrażenia takiej woli ze strony konsumentów.

Z ww. stanowiskiem Prezesa Urzędu nie zgodziła się Spółka, twierdząc, iż przedmiotowa praktyka była dopuszczalna w świetle przepisów art. 56 ust. 6-9 Pt obowiązujących do dnia wejścia w życie nowelizacji Pt, tj. do dnia 11 grudnia 2018 r.

W ocenie przedsiębiorcy w świetle ww. regulacji UPC Polska nie była zobowiązana do oczekiwania na dodatkowe potwierdzenie warunków umowy przez konsumenta, a podstawą do uruchomienia zmienionych warunków był przebieg rozmowy telefonicznej prowadzonej pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem. Spółka podkreśliła ponadto, że konsument dysponował w takiej sytuacji uprawnieniem do złożenia rezygnacji z uruchomionych mu usług w razie jakichkolwiek wątpliwości dotyczących okoliczności wykonywanej umowy (por. pismo Prezesa Urzędu z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 8).

Jak zostało wskazane na str. 35-36 decyzji, zmiany wprowadzone w dniu 12 grudnia 2018 r. w Prawie telekomunikacyjnym nie miały wpływu na obowiązywanie ustawy o prawach

konsumenta. Wymóg utrwalenia na papierze lub innym trwałym nośniku oświadczenia konsumenta o zawarciu umowy po uprzednim otrzymaniu potwierdzenia od przedsiębiorcy, o czym mowa w art. 20 ust. 2 upk, obowiązywał także przed ww. nowelizacją Pt (por. uwagi zamieszczone na str. 34-36 decyzji). Niezależnie od powyższego przyjęcie, że interesy konsumentów były zabezpieczone poprzez obowiązek nagrania i przechowywania telefonicznej rozmowy sprzedażowej przez przedsiębiorcę oraz możliwość złożenia przez konsumenta rezygnacji z uruchomionych mu usług należy uznać za nieuzasadnione. W przekazywanych przez Spółkę potwierdzeniach warunków umowy ustalonych w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej znajdowała się bowiem wyraźna informacja o konieczności potwierdzenia przez konsumenta woli zmiany warunków umowy (adekwatnie do wymogów wynikających z art. 20 ust. 2 upk). Zmiana warunków umowy i związane z nią pobieranie opłat z tytułu świadczenia usług było zatem niezgodne z zasadami przedstawionymi przez przedsiębiorcę konsumentom, a możliwość rezygnacji z usług nie stanowiła dla nich żadnego zabezpieczenia. Co więcej, w przypadku braku ww. rezygnacji lub złożenia przez konsumenta stosownej reklamacji, Spółka kontynuuje świadczenie zmienionych i pobieranie związanych z nimi opłat.

Niezależnie od powyższego należy zauważyć, że wejście w życie zmian w przepisach Prawa Telekomunikacyjnego, które nastąpiło w dniu 12 grudnia 2018 r. nie przyczyniło się do zmiany procedury stosowanej przez Spółkę. W ocenie Spółki dopiero usunięcie przepisów art. 56 ust. 6-9 Pt z treści ustawy usunęło bowiem wątpliwości odnośnie do obowiązku przedsiębiorców telekomunikacyjnych stosowania regulacji wynikających z przepisów ustawy o prawach konsumenta (por. str. 4 pisma Spółki z dnia 14 stycznia 2018 r.). Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika natomiast, iż na dzień wydania decyzji Spółka w dalszym ciągu może aktywować usługi i kontynuować je pomimo braku potwierdzenia woli powyższego przez konsumenta.

Podsumowując, z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że Spółka może uznawać za skuteczną zmianę warunków umowy pomimo braku ich potwierdzenia przez konsumentów. W konsekwencji należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt I.1.3 rozstrzygnięcia decyzji praktyka Spółki narusza art. 20 ust. 2 upk.

#### **Uprawdopodobnienie sprzeczności z prawem praktyki określonej w pkt I.1.4. rozstrzygnięcia decyzji**

Zgodnie art. 20 ust. 2 upk potwierdzenie treści umowy, której zawarcie lub zmiana warunków jest proponowana przez Spółkę w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej powinno zostać przekazane konsumentowi na trwałym nośniku. Jak stanowi art. 2 ust. 1 pkt 4 upk za trwały nośnik należy uznawać taki materiał lub narzędzie, które umożliwia konsumentowi lub przedsiębiorcy przechowywanie informacji kierowanych osobiście do niego, w sposób umożliwiający dostęp do informacji w przyszłości przez czas odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i które pozwalają na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci. Oznacza to zatem, że trwały nośnik powinien gwarantować cechy takie jak: trwałość, niezmienność i dostępność informacji przez okres właściwy dla tych informacji (realizacji umowy i roszczeń wynikających z umowy).

W toku postępowania Prezes Urzędu ustalił, że w przypadku zawarcia lub zmiany warunków umowy z wykorzystaniem telefonu, treść warunków ustalonych telefonicznie jest dostarczana konsumentom w postaci wiadomości e-mail lub listownie (z zastrzeżeniem sytuacji omówionej w odniesieniu do praktyki, o której mowa w pkt I.1.2 decyzji, w której konsument nie otrzymuje oddzielnego potwierdzenia treści zmiany warunków umowy przed jej dostarczeniem przez technika lub monterę).

Jak wskazała Spółka - do dnia 20 czerwca 2019 r. - ww. wiadomości e-mail składały się z podsumowania zamówionych przez konsumenta usług, określającego m.in. ich rodzaj, cenę i okres trwania zobowiązania oraz odnośników przekierowujących konsumentów do poszczególnych dokumentów stanowiących część umowy, zamieszczonych na stronie internetowej Spółki. W celu zapoznania się z m.in. z treścią dokumentów takich jak: regulaminy, ogólne warunki umów czy pouczenia, konsument musiał zatem kliknąć w link znajdujący się w dolnej części wiadomości e-mail, który odsyłał go do konkretnego dokumentu, znajdującego się na stronie internetowej Spółki.

Z informacji przekazanych przez Spółkę wynika, że do dnia 20 czerwca 2019 r. dokumenty abonenckie, do których odesłanie UPC Polska zamieszczała w potwierdzeniach przekazywanych konsumentowi (potwierdzenia [\*\*\*]) linkowane były do serwerów, nad którymi kontrolę sprawowała Spółka (do dnia 5 listopada 2018 r. - do serwera zarządzanego przez [\*\*\*], od ww. daty - do strefy Elektronicznego Biura Obsługi Klienta, do której pliki były pobierane automatycznie z „[\*\*\*]”, nad którym kontrolę sprawowała Spółka - por. str. 27-28 decyzji).

Tymczasem w celu realizacji wymogów z art. 20 ust. 2 upk treść ustalonych w trakcie telefonicznych rozmów sprzedażowych warunków lub zmiany warunków umowy może zostać zamieszczona na stronie internetowej przedsiębiorcy jedynie wtedy, gdy spełnia ona cechy trwałego nośnika, co nie zachodzi w przypadku strony internetowej kontrolowanej przez Spółkę. W celu realizacji wymogów z art. 20 ust. 2 upk, zamieszczając określone materiały na stronie internetowej, przedsiębiorca nie może być uprawniony do ich usuwania w dowolnym momencie lub zastępowania innymi.

Jak zauważył Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej w sprawie BAWAG<sup>12</sup> „(...) aby stronę internetową można było uznać za <<trwały nośnik>> w rozumieniu tego przepisu, należy wykluczyć możliwość wszelkiej jednostronnej zmiany jej treści przez dostawcę usług płatniczych lub innego przedsiębiorcę, któremu powierzy się zarządzanie tą stroną”. Pogląd taki należy uznać za aktualny także na gruncie przepisów upk. Ponadto, jak orzekł Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej w sprawie Content Services Ltd<sup>13</sup> : „W zakresie, w jakim nośnik umożliwia konsumentowi przechowywanie rzeczonych informacji, które zostały mu osobiście przekazane, gwarantuje brak zmian w ich zawartości, a także ich dostępność w odpowiednim okresie oraz pozwala konsumentom na ich odtworzenie w niezmienionej postaci, nośnik ten może być uznany za <<trwały>> w rozumieniu wskazanego przepisu”.

Za niewystarczające należy zatem uznać umożliwienie konsumentom zapoznania się z wzorcami umowy oraz ich ewentualnego utrwalenia, na co powołuje się Spółka (por. pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r.). Zgodnie z art. 20 ust. 2 upk przedsiębiorca powinien zapewnić takie mechanizmy, aby przekazywać konsumentom konieczne informacje już w postaci trwałego nośnika. Za niedopuszczalne należy uznać przenoszenie tego ciężaru na konsumenta. Wspominana przez UPC Polska możliwość wielokrotnego dostępu do wzorców umowy (por. pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 10) nie wyklucza natomiast wprowadzenia przez Spółkę zmian w treści dokumentacji, do której odsyłają podane przez UPC Polska linki.

---

<sup>12</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 25 stycznia 2017 r. w sprawie BAWAG PSK Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG przeciwko Verein für Konsumenteninformation, sygn. C-375/15, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=187125&pageIndex=0&doclang=PL&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=839941>.

<sup>13</sup> Wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 5 lipca 2012 r. w sprawie Content Services Ltd przeciwko Bundesarbeitskammer, sygn. C-49/11, [http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=9ea7d0f130da715653273c9e4c948cd98bf7d33f280b.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4Pb3eTe0?text=&docid=124744&pageIndex=0&doclang=pl&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=140713#Footnote\\*](http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=9ea7d0f130da715653273c9e4c948cd98bf7d33f280b.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4Pb3eTe0?text=&docid=124744&pageIndex=0&doclang=pl&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=140713#Footnote*).

Niezależnie od powyższego, w ocenie UPC Polska, w świetle art. 56 ust. 6-9 Pt do dnia 11 grudnia 2018 r. Spółka była zobowiązana jedynie do potwierdzania konsumentowi oświadczenia o zmianie warunków umowy - bez konieczności wykorzystania w tym zakresie trwałego nośnika (por. pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r.). Zdaniem przedsiębiorcy interesy konsumentów były wówczas w pełni zabezpieczone poprzez obowiązek przekazania konsumentowi wzorców umowy zawierających informacje wymagane przepisami Pt oraz ustawy o prawach konsumenta przez technika dokonującego instalacji (dla przypadków zawarcia umowy) oraz potwierdzania konsumentowi faktu złożenia oświadczenia o zmianie warunków umowy w terminie ustalonym z abonentem przekazanego drogą elektroniczną na adres poczty elektronicznej lub za pomocą podobnego środka porozumiewania się na odległość (dla przypadków zmiany umowy) (por. pismo Spółki z dnia 14 stycznia 2019 r., str. 9).

Jak zostało podkreślone na str. 34-37 decyzji, procedury stosowane przez UPC Polska należy uznać za nieprawidłowe zarówno przed, jak i po wspomnianej nowelizacji Pt. Abstrahując od powyższego, należy zauważyć, iż przedmiot art. 56 ust. 6-9 stanowiła kwestia zmiany warunków umowy, a nie jej zawarcia, na co powołuje się Spółka.

W oparciu o zebrany materiał dowodowy Prezes Urzędu uznał, że praktyka, o której mowa w pkt I.1.4. niniejszego rozstrzygnięcia, była stosowana przez Spółkę, a jej zaniechanie nastąpiło dopiero w dniu 20 czerwca 2019 r., kiedy to Spółka zaprzestała wysyłania do klientów w treści w treści potwierdzeń e-mail linków do dokumentów abonenckich na rzecz ich wysyłania w postaci plików pdf, jako załączników do wiadomości e-mail.

Podsumowując, z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że do dnia 20 czerwca 2019 r. UPC Polska mogła nie potwierdzać treści umowy, której zawarcie lub zmiana warunków jest proponowana przez Spółkę w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej z zachowaniem wymogów gwarantujących cechy trwałego nośnika, o którym mowa w art. 2 ust. 1 pkt 4 upk. W związku z powyższym należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt I.1.4. rozstrzygnięcia decyzji praktyka Spółki naruszała art. 20 ust. 2 upk.

#### **Uprawdopodobnienie sprzeczności z prawem praktyki określonej w pkt I.1.5 rozstrzygnięcia decyzji**

Wymóg wykorzystywania trwałego nośnika w komunikacji z konsumentem został nałożony na przedsiębiorcę także w art. 21 ust. 1 upk. W myśl przepisu przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi potwierdzenie zawarcia lub zmiany umowy dokonanych na odległość na trwałym nośniku w rozsądnym czasie po jej zawarciu, najpóźniej w chwili dostarczenia rzeczy lub przed rozpoczęciem świadczenia usługi. Jak zostało wskazane na str. 43 decyzji, definicja trwałego nośnika została umieszczona przez ustawodawcę w art. 2 ust. 1 pkt 4 upk.

Na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego Prezes Urzędu ustalił, że w sytuacji zawarcia lub zmiany warunków umowy z wykorzystaniem strony internetowej lub dekodera Spółka potwierdza ww. fakt za pomocą wiadomości e-mail lub listownie.

Z materiałów przekazanych przez Spółkę wynika, iż treść potwierdzeń przesyłanych konsumentom korespondencją e-mail była analogiczna do wiadomości przekazywanych przez Spółkę w związku z potwierdzaniem konsumentom treści warunków zaproponowanych w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, co zostało omówione w odniesieniu do praktyki, o której mowa w pkt I.1.4. decyzji.

Prezes Urzędu ustalił, że w przypadku sprzedaży usługi online, tj. umów zawieranych lub zmienianych za pośrednictwem strony internetowej, pliki dokumentów, do których odesłania zamieszczane były w potwierdzeniach, były przechowywane i linkowane na stronę w ramach

serwera udostępnionego przez [\*\*\*], będącą jednocześnie administratorem ww. serwera. Oznacza to, że podobnie jak w przypadku zawierania umów z wykorzystaniem telefonicznej rozmowy sprzedażowej, Spółka sprawowała kontrolę nad serwerem, na którym umieszczano dokumentację umowną przeznaczoną dla konsumenta.

W konsekwencji sposób przekazywania konsumentowi dokumentów składających się na zawartą lub zmienioną umowę w formie odnośników przekierowujących konsumentów do poszczególnych dokumentów, zamieszczonych na stronie internetowej Spółki, która nie spełniała wymogów trwałego nośnika, określonych w art. 2 ust. 1 pkt 4 upk, należy uznać za nieprawidłowy.

Podobnie jak w przypadku praktyki omówionej na str. 43-45 decyzji Prezes Urzędu nie podziela stanowiska Spółki, zgodnie z którym stosowana przez Spółkę praktyka była dopuszczana w świetle art. 56 ust. 6-9 Pt (por. uwagi zamieszczone na str. 43-45 decyzji).

W oparciu o zebrany materiał dowodowy Prezes Urzędu uznał, że praktyka, o której mowa w pkt I.1.5. decyzji, była stosowana przez Spółkę, a jej zaniechanie nastąpiło dopiero w dniu 20 czerwca 2019 r., kiedy to Spółka zaprzestała wysyłania do klientów w treści w treści potwierdzeń e-mail linków do dokumentów abonenckich na rzecz ich wysyłania w postaci plików pdf, jako załączników do wiadomości e-mail.

Podsumowując, z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że do dnia 20 czerwca 2019 r. UPC Polska mogła nie realizować obowiązku przekazania konsumentowi potwierdzenia zawarcia lub zmiany umowy dokonanych na odległość na trwałym nośniku, o którym mowa w art. 2 ust. 1 pkt 4 upk. W związku z powyższym należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt I.1.5. rozstrzygnięcia decyzji praktyka Spółki naruszała art. 21 ust. 1 upk.

#### **Uprawdopodobnienie sprzeczności z prawem praktyki określonej w pkt I.1.6 rozstrzygnięcia decyzji**

Zgodnie z przywołanym wyżej art. 21 ust. 1 upk przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi na trwałym nośniku potwierdzenie zawarcia umowy na odległość. Oznacza to, że przepis ten ma zastosowanie zarówno do umów zawieranych lub zmienianych z wykorzystaniem telefonu, jak również tych, których zawarcie czy zmiana warunków odbywa się za pośrednictwem strony internetowej lub dekodera. Dodatkowo, zgodnie z ust. 1 pkt 1 omawianego przepisu, potwierdzenie to obejmuje między innymi: informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1 upk, chyba że przedsiębiorca dostarczył konsumentowi te informacje na trwałym nośniku przed zawarciem umowy, a także informację o udzielonej przez konsumenta zgodzie na dostarczenie treści cyfrowych w okolicznościach powodujących utratę prawa odstąpienia od umowy.

W odniesieniu do umów zawieranych lub zmienianych z wykorzystaniem telefonu art. 20 ust. 2 upk nie wyłącza nałożonego na przedsiębiorcę obowiązku przekazania konsumentowi potwierdzenia zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku w rozsądnym czasie po jej zawarciu, najpóźniej przed rozpoczęciem świadczenia usługi (art. 21 ust. 1 upk)<sup>14</sup>. Tym samym obowiązek przekazania konsumentowi potwierdzenia treści proponowanej umowy (oferty) jest niezależny od obowiązku przekazania potwierdzenia zawarcia umowy, a spełnienie przez przedsiębiorcę jednego z nich nie zwalnia go od zadośćuczynienia drugiemu. Oznacza to, że nawet wówczas, gdy przedsiębiorca przekazał treść wskazanych w art. 21 ust. 1 upk informacji na trwałym nośniku (jeszcze przed złożeniem oświadczenia konsumenta potwierdzającego wolę zawarcia lub zmiany warunków umowy, ustalonych uprzednio drogą telefoniczną) przedsiębiorca

---

<sup>14</sup> D. Lubasz [w:] Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz., red. M. Namysłowska, D. Lubasz, Warszawa 2015, str. 214.

pozostaje w dalszym ciągu zobowiązany do potwierdzenia konsumentowi faktu zawarcia lub zmiany warunków umowy na zasadach określonych w art. 21 ust. 1 upk. Zgodnie z art. 21 ust. 1 pkt 1 upk, wypełniając dyspozycję art. 21 ust. 1 upk, przedsiębiorca może jednakże pominąć te informacje, które zostały wskazane w art. 12 ust. 1 upk oraz jednocześnie zostały przekazane konsumentowi na trwałym nośniku w potwierdzeniu, o którym mowa w art. 20 ust. 2 upk. W takiej sytuacji jest zatem możliwe, że potwierdzenie, o którym mowa w art. 21 ust. 1 upk, będzie ograniczone jedynie do informacji, że w określonym terminie doszło do zmiany lub zawarcia umowy.

Prezes Urzędu ustalił, że UPC Polska może nie potwierdzać ww. zmiany umowy konsumentom, którzy złożyli oświadczenie o zmianie warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych poprzez:

- kliknięcie przycisku „Potwierdzam”, zamieszczonego w otrzymanej od Spółki wiadomości e-mail; - odesłanie wiadomości SMS lub
- przez telefon (tj. potwierdzili oświadczenia o zawarciu lub zmianie warunków umowy, złożone w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej).

Procedura zmiany warunków umowy z wykorzystaniem telefonu w odniesieniu do konsumentów, którzy udostępnili swój adres e-mail Spółce wygląda następująco: po wyrażeniu przez konsumenta, podczas telefonicznej rozmowy sprzedażowej, chęci zmiany warunków umowy, zaproponowanej przez Spółkę, treść ww. warunków zostaje przekazana konsumentowi w postaci wiadomości e-mail, o której mowa na str. 20 decyzji. Warunkiem dokonania zmiany umowy jest jednak złożenie przez konsumenta odpowiedniego oświadczenia w tym zakresie, wskazującego na dalszą wolę zmiany umowy u konsumenta.

Oświadczenie to może być złożone przez konsumenta w jeden z następujących sposobów.

- a) konsument może potwierdzić wolę związania się ustalonymi w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej warunkami poprzez kliknięcie przycisku „Potwierdź”, znajdującego się w przesyłanej konsumentowi wiadomości e-mail.
- b) dopuszczalnym sposobem złożenia oświadczenia, o którym mowa w art. 20 ust. 2 upk jest również odesłanie odpowiedzi na wiadomość SMS wysłaną przez Spółkę do konsumenta.
- c) konsument może także potwierdzić chęć zmiany warunków umowy przez telefon - w trakcie nagrywanej przez Spółkę rozmowy.
- d) w przypadku, gdy instalacja usług wymaga wizyty technika w lokalu konsumenta, dopuszczalnym przez Spółkę sposobem złożenia oświadczenia o zmianie warunków umowy jest podpisanie umowy (z zastrzeżeniem sytuacji, gdy konsument otrzymał wcześniej wiadomość e-mail i potwierdził chęć dokonania zmian w umowie w jeden z powyższych sposobów).

Po zatwierdzeniu przez konsumenta zmiany warunków umowy, ustalonych uprzednio w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, Spółka nie przekazuje konsumentom „kolejnego (drugiego) potwierdzenia zmiany warunków umowy” (por. str. 25 decyzji).

Jednocześnie w piśmie z dnia 14 stycznia 2019 r. Spółka oświadczyła, że kliknięcie przycisku „Potwierdź” przez konsumenta powoduje przekierowanie go na stronę, z której wynika, iż klient potwierdził zmianę warunków umowy. Po ww. potwierdzeniu przez klienta zmian konsumentom automatycznie rozsyłana jest ponadto stosowna wiadomość e-mail potwierdzająca dokonanie zmian - zgodnie ze złożonym wcześniej zamówieniem (por. str. 25 decyzji). Zgodnie

z wyjaśnieniami Spółki ww. procedura jest stosowana przez UPC Polska od 24 marca 2016 r. (por. pismo Spółki z dnia 10 lipca 2019 r., str. 3).

Z wyjaśnień spółki wynika, że nie przekazuje natomiast takich potwierdzeń w przypadkach, w których zatwierdzenie przez konsumenta zmiany warunków umowy, ustalonych uprzednio w trakcie telefonicznej rozmowy następuje poprzez odesłanie odpowiedzi na wiadomość SMS wysłaną przez Spółkę do konsumenta oraz chęć zmiany warunków umowy wyrażoną podczas odrębnej rozmowy telefonicznej (por. str. 25-26 decyzji).

Oznacza to, że w przypadku potwierdzenia woli zmiany umowy przez konsumenta na jeden ze sposobów wymienionych w pkt b) i c) powyżej konsument nie otrzymuje od Spółki potwierdzenia wskazującego na dokonanie zmiany w ww. umowie. W odniesieniu natomiast do sposobu zatwierdzania przez konsumenta woli zmiany warunków umowy, o którym mowa w pkt a) powyżej - procedura polegająca na wysłaniu - po potwierdzeniu przez konsumenta zmian w umowie zaproponowanych konsumentowi w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej - wiadomości e-mail potwierdzającej dokonanie ww. zmian, zgodnie ze złożonym wcześniej zamówieniem jest stosowana przez Spółkę od 24 marca 2016 r.

Nie otrzymując odpowiedniego potwierdzenia od Spółki, konsument nie dysponuje zatem dowodem wskazującym na istnienie zobowiązania między nim a przedsiębiorcą oraz datą przyjęcia oferty przedsiębiorcy.

W ocenie Prezesa Urzędu problem ten nie zachodzi natomiast w sytuacji, gdy potwierdzenie związania warunkami umowy następuje poprzez złożenie przez konsumenta podpisu na dostarczonej przez technika umowie (por. sposób, o którym mowa w pkt d) powyżej). W tym przypadku konsumentowi pozostawiony zostaje bowiem egzemplarz umowy, świadczący o dokonaniu ww. zmiany.

Podsumowując, UPC Polska może nie potwierdzać zmiany warunków umowy w odniesieniu do części konsumentów. W związku z powyższym należy uznać za uprawdopodobnione, że opisana w pkt I.1.6. rozstrzygnięcia decyzji praktyka Spółki naruszała art. 21 ust. 1 upk.

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

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

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



W niniejszej sprawie działania Spółki nie dotyczyły interesów poszczególnych osób, lecz szerokiego kręgu konsumentów, których sytuacja w grupach abonentów objętych poszczególnymi praktykami, o których mowa w pkt I.1.1.-I.1.6. rozstrzygnięcia, była analogiczna, wobec czego nie ulega wątpliwości, że miała charakter zbiorowy. Konsument-adresaci wszystkich sześciu kwestionowanych praktyk przedsiębiorcy stanowili zbiór wyodrębniony według wspólnych kryteriów.

Po przeprowadzeniu analizy materiału dowodowego w sprawie Prezes Urzędu nie podzielił stanowiska Spółki, zgodnie z którym kwestionowane w rozstrzygnięciu praktyki nie godzą w zbiorowe interesy konsumentów.

Na skutek praktyki polegającej na braku pouczenia przez przedsiębiorcę o prawie odstąpienia od umowy w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, o czym mowa w pkt I.1.1. rozstrzygnięcia, konsumenci mogą napotykać na utrudnienia. Nieświadomy ww. prawa konsument może podjąć decyzję o kontynuowaniu umowy, a w konsekwencji ponieść koszty, których mógłby uniknąć w przypadku złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy, co może naruszać jego interesy ekonomiczne. Dodatkowo uzyskanie niezbędnych informacji o uprawnieniu pozwalającym na odstąpienie od umowy może wiązać się z utratą czasu konsumenta, który musi poświęcić na zapoznanie się z ww. prawem oraz sposobem jego realizacji (konieczność złożenia oświadczenia o odstąpieniu w terminie 14 dni; warunki zwrotu sprzętu, itp.), przez co może zostać naruszony interes pozaekonomiczny.

Nie potwierdzając konsumentom, którzy nie udostępnili adresu e-mail, treści zmiany umowy zaproponowanej przez telefon, o czym mowa w przypadku praktyki wskazanej w pkt I.1.2., UPC Polska pozbawia konsumenta prawa do zapoznania się z warunkami umowy przed potwierdzeniem woli związania się nią oraz porównania jej treści z ustaleniami dokonanyymi w trakcie telefonicznej rozmowy telefonicznej, co może naruszać interesy pozaekonomiczne konsumentów. Nieświadomy ostatecznego kształtu umowy konsument może podjąć decyzję, której nie podjąłby, gdyby miał możliwość zapoznania się z warunkami kontraktu. Na skutek działań Spółki konsument nie ma zatem możliwości zweryfikowania, czy pomiędzy warunkami, na które konsument wyraził zgodę w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, a rzeczywistymi warunkami umowy nie wystąpił rozdzźwięk. Takie uprawnienie jest szczególnie istotne właśnie w przypadku umów zawieranych z wykorzystaniem telefonu, jako że podczas rozmowy brak jest możliwości przedstawienia wszystkich warunków umowy, a ponadto łatwo o nieporozumienie co do warunków uzgadnianych pomiędzy konsumentem a konsultantem. Skutkiem powyższego może być obciążenie konsumenta dodatkowymi kosztami nawet w sytuacji późniejszego odstąpienia od umowy, co z kolei może godzić w jego interes ekonomiczny.

Zgodnie z pkt I.1.3. rozstrzygnięcia Spółka uznaje za skuteczne oświadczenie o zawarciu umowy złożone przez konsumenta w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, pomimo braku wyrażenia woli związania się umową po potwierdzeniu jej treści przez przedsiębiorcy.

W konsekwencji może dojść do sytuacji, w której przedsiębiorca będzie kontynuował świadczenie usług na zmienionych zasadach. W efekcie konsument może zostać obciążony dodatkowymi kosztami przez cały okres obowiązywania umowy (np. 24 miesiące), co może naruszać jego interes ekonomiczny. Chcąc ustalić wysokość kosztów, konsument musi natomiast podjąć określone działania, co wiąże się z utratą przez niego czasu (interes

pozaekonomiczny). Aby zaś nie ponosić kosztów spowodowanych zmianą umowy przez Spółkę, konsument musi złożyć przedsiębiorcy odpowiednie zgłoszenie, co również może powodować poświęcenie dodatkowych ilości czasu i sił konsumenta, a w konsekwencji godzić w interes pozaekonomiczny konsumenta.

Przesyłając konsumentom potwierdzenia, o których mowa w art. 20 ust. 2 upk oraz art. 21 ust. 1 upk, w formie niespełniającej wymogów trwałego nośnika, co zostało opisane w pkt I.1.4. i I.1.5. rozstrzygnięcia, Spółka narażała konsumentów na trudności w dochodzeniu praw wynikających z zawartej umowy. Pomimo zaniechania praktyki w dniu 20 czerwca 2019 r. jej skutki nadal mogą oddziaływać na sytuację konsumentów i przyczyniać się do trudności w przedstawieniu przez konsumenta odpowiednich dowodów w razie zaistnienia sporu, a w konsekwencji potrzebą skierowania sprawy na drogę sądową, co z kolei może wiązać się zarówno z utratą czasu, jak i koniecznością poniesienia dodatkowych kosztów (interes pozaekonomiczny i ekonomiczny).

Jako godzącą w zbiorowe interesy konsumentów należy uznać także praktykę polegającą na niepotwierdzaniu konsumentom zmiany warunków umowy w odniesieniu do konsumentów, którzy dokonali ustaleń ww. warunków umowy za pomocą telefonu oraz potwierdzili wolę związania się nimi za pomocą środków porozumiewania się na odległość, o czym mowa w pkt I.1.6. rozstrzygnięcia. Podobnie jak w przykładzie omówionym powyżej może to powodować utrudnienia w zakresie dochodzenia przez konsumenta roszczeń od przedsiębiorcy - w szczególności w sytuacji ewentualnego sporu - i wiązać się z utratą czasu oraz środków pieniężnych (interes ekonomiczny oraz pozaekonomiczny).

Nie ulega przy tym wątpliwości, iż interes konsumentów, do którego naruszenia mogło i w dalszym ciągu może dochodzić wskutek zachowania przedsiębiorcy ma charakter zbiorowy. Działania Spółki mogą bowiem dotyczyć każdego konsumenta, który decyduje się (w przypadku praktyk, o których mowa w pkt I.1.4. i I.1.5. rozstrzygnięcia konsumenta, który zdecydował się) na zawarcie ze Spółką umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub na dokonanie zmiany warunków umowy w trybie na odległość. Tym samym odnoszą się one do z góry nieograniczonego i bliżej nieokreślonego kręgu odbiorców.

Uznać należy, że uprawdopodobniono godzenie przez praktyki Spółki określone w pkt I.1.1. - I.1.6. rozstrzygnięcia decyzji w zbiorowe interesy konsumentów.

Mając na uwadze powyższą analizę, przyjąć należy, że uprawdopodobniono, że UPC Polska Sp. z o.o. stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów opisane w pkt I.1.1. - I.1.6. rozstrzygnięcia decyzji.

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

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

Prezes Urzędu nałożył na UPC Polska obowiązek wykonania zobowiązania zgodnie z pkt I rozstrzygnięcia decyzji. Prezes Urzędu uznał za zasadne przyjęcie zobowiązania w przedstawionym w rozstrzygnięciu kształcie. Treść zobowiązania jest jednoznaczna i precyzyjna oraz umożliwia skontrolowanie jego wykonania.

W ramach ww. zobowiązania UPC Polska zobowiązała się do zaniechania stosowania praktyk opisanych w pkt I.1.1.-I.1.3. oraz I.1.6. decyzji, usunięcia skutków wszystkich praktyk wskazanych w rozstrzygnięciu decyzji oraz poinformowania konsumentów o nieprawidłowościach, jakich dopuściła się Spółka, i związanych z nimi korzyściach dla konsumentów. Praktyki, o których mowa w pkt I.1.4. - I.1.5. rozstrzygnięcia decyzji, zostały zaniechane przed dniem wydania decyzji.

#### Zobowiązanie do zaniechania praktyk kwestionowanych przez Prezesa Urzędu

Zaniechanie stosowania praktyki, o której mowa w pkt I.1.1. rozstrzygnięcia decyzji, będzie polegało na modyfikacji procedur stosowanych przez Spółkę. W ramach zobowiązania do zaniechania ww. praktyki Spółka zadeklarowała zaktualizowanie wewnętrznego dokumentu dotyczącego standardów obsługi w zakresie zawarcia i zmiany umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych wykorzystywanego w trakcie telefonicznych rozmów sprzedażowych oraz uwzględnienie w treści ww. standardów informacji o prawie konsumenta do odstąpienia od takiej umowy lub jej zmiany, którą każdy z pracowników będzie zobligowany do przekazania konsumentom.

Standardy zostaną sformułowane w bardziej przystępnej dla pracowników formie, a w ich treści znajdzie się m.in. formuła dotycząca informacji o prawie do odstąpienia od umowy lub zmiany umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej przy wykorzystaniu rozmowy telefonicznej, którą każdy z pracowników będzie zobligowany do odczytania konsumentom.

Ponadto Spółka zamieści w standardach dla liderów informację o minimalnej liczbie monitoringów sprzedawców, jaką lider będzie zobligowany do wykonania w ciągu miesiąca (4 monitoringi lidera dotyczące każdego z podległych mu sprzedawców). Oznacza to, że lider będzie zobowiązany do przeprowadzenia weryfikacji pracy każdego z podległych mu *konsultantów 4 razy w miesiącu*. UPC Polska zobowiązała się także do ponownego wystania sprzedawcom komunikacji przypominającej o obowiązku informowania konsumentów o prawie odstąpienia od umowy lub zmiany umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych przy wykorzystywaniu rozmowy telefonicznej.

W ramach zaniechania stosowania praktyki wskazanej w pkt I.1.2. rozstrzygnięcia decyzji Spółka zobowiązała się do zapewnienia konsumentom objętym zakresem ww. praktyki wyboru sposobu potwierdzania treści proponowanej podczas telefonicznej rozmowy sprzedażowej zmiany warunków umowy poprzez dostarczenie ww. potwierdzenia drogą listowną lub przez technika.

Oznacza to, że konsumenci, którzy nie wyrażą zgody na przestanie załączników do umowy w formie elektronicznej, a do zmiany warunków umowy wymagane jest dokonanie instalacji przez technika w lokalu konsumenta będą mogli wybrać sposób dostarczenia potwierdzenia treści proponowanej zmiany warunków umowy przez UPC Polska spośród dwóch dostępnych opcji:

- a) drogą listowną,
- b) przez technika.

Wyboru sposobu potwierdzenia, o którym mowa w pkt a) lub b), konsument będzie dokonywał podczas telefonicznej rozmowy sprzedażowej. Podczas ww. rozmowy zostanie on powiadomiony przez Spółkę o dostępnych wariantach zapoznania się z warunkami umowy, a Spółka zapewni stosowanie procedur umożliwiających dokonanie swobodnego wyboru przez konsumenta. Na etapie prowadzenia ww. rozmowy telefonicznej konsument będzie miał możliwość zmiany sposobu dostarczenia przez UPC Polska potwierdzenia treści proponowanej zmiany warunków umowy.

Zgodnie z deklaracjami Spółki w przekazywanym konsumentowi potwierdzeniu, o którym mowa w pkt a) - b), UPC Polska zamieści informację o głównych oraz dodatkowych usługach i związanych z nimi opłatach, których kształt został ustalony podczas telefonicznej rozmowy sprzedażowej konsultanta z konsumentem, oraz dołączy stosowne wzorce umowne.

#### **Ad a)**

W przypadku wyboru przez konsumenta dostarczenia potwierdzenia treści proponowanej zmiany warunków umowy **drogą listowną** konsultant zwróci się do konsumenta z prośbą o przekazanie adresu korespondencyjnego, na jaki ma zostać wysłane potwierdzenie. Następnie Spółka wyśle je w terminie poprzedzającym wizytę technika i umożliwiającym doręczenie konsumentowi ww. potwierdzenia przed wizytą technika. Ww. rozwiązanie ma zapewniać możliwość zapoznania się przez konsumenta z warunkami umowy przed jej ostateczną zmianą.

Dodatkowo po odbyciu telefonicznej rozmowy sprzedażowej, podczas której doszło do zaproponowania przez konsultanta UPC Polska zmiany warunków umowy, konsument będzie dysponować możliwością skontaktowania się ze Spółką w celu zmiany oferty, rezygnacji z oferty lub zmiany terminu wizyty technika, jeśli będzie on potrzebować więcej czasu na zapoznanie się z ofertą.

#### **Ad b)**

W przypadku natomiast wyboru przez konsumenta drugiej opcji - tj. dostarczenia potwierdzenia treści proponowanej zmiany warunków umowy **przez technika** (bez uprzedniego przekazania ww. potwierdzenia drogą listowną) - podczas wizyty technika Spółka zapewni konsumentowi odpowiedni czas na zapoznanie się z dostarczoną mu dokumentacją umowną.

Oznacza to, że konsument będzie mógł swobodnie oraz bez pośpiechu zapoznać się z warunkami dostarczonej mu umowy jeszcze przed rozpoczęciem przez technika instalacji sprzętu. Po zapoznaniu się przez konsumenta z przekazaną mu dokumentacją będzie on mógł zdecydować, czy chce związać się z umową czy też nie. W przypadku zaistnienia wątpliwości konsument będzie mógł umówić ponowną wizytę celem zakończenia procesu zawierania umowy.

Zobowiązując się do zaniechania praktyki, o której mowa w pkt I.1.3. rozstrzygnięcia decyzji, Spółka zadeklarowała wprowadzenie modyfikacji w procesie zmiany warunków umowy, która została uzgodniona w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej oraz może być wprowadzona przez Spółkę bez konieczności wizyty technika. Po ich wprowadzeniu procedura ta będzie przebiegać w sposób następujący.

Po zakończeniu rozmowy telefonicznej związanej ze zmianą warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych - zgodnie z art. 20 ust. 2 upk - UPC Polska przekaze konsumentowi potwierdzenie oferty zmiany warunków umowy. Zmiana warunków umowy zostanie dokonana po otrzymaniu przez konsumenta potwierdzenia, o którym mowa

powyżej, oraz **po potwierdzeniu przez konsumenta woli zmiany umowy na trwałym nośniku** stosownie do art. 20 ust. 2 upk - w szczególności na papierze, drogą mailową, w trakcie rejestrowanej rozmowy telefonicznej czy przy wykorzystaniu wiadomości SMS (w zależności od zapewnionych w danym momencie przez UPC Polska sposobów złożenia przez konsumenta potwierdzenia).

Zgodnie z deklaracją przedsiębiorcy zmieniony zakres usług będzie dostępny dla konsumenta po dokonaniu przez niego potwierdzenia akceptacji zmiany warunków umowy.

Zaniechanie stosowania praktyki, o której mowa w pkt I.1.6. rozstrzygnięcia decyzji będzie polegało na modyfikacji procedury potwierdzania zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, która została zaproponowana przez Spółkę w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, a konsument potwierdził oświadczenie o zmianie warunków umowy poprzez kliknięcie przycisku „Potwierdzam” zamieszczonego w wiadomości e-mail skierowanej do konsumenta lub poprzez wysłanie wiadomości SMS lub przez telefon, w następujący sposób.

Zgodnie z treścią zobowiązania - po zmianie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych związanej z prowadzoną rozmową telefoniczną Spółka przekaże konsumentowi potwierdzenie zmiany warunków umowy na trwałym nośniku, stosownie do wymogów wynikających z art. 21 ust. 1 upk.

Ww. potwierdzenie zmiany warunków umowy będzie przekazywane konsumentom przy wykorzystaniu wiadomości e-mail (w sytuacji, w której UPC Polska dysponuje adresem poczty elektronicznej konsumenta), w postaci wiadomości SMS lub drogą listowną, przy czym wybór sposobu potwierdzenia zmiany warunków umowy będzie uzależniony od sposobu komunikacji z konsumentem.

Zgodnie z deklaracjami Spółki do zaniechania praktyk, o których mowa w pkt I.1.1. - I.1.3. oraz I.1.6. dojdzie w terminie **3 miesięcy** od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu.

Ponadto UPC Polska zobowiązała się do pozytywnego rozpatrzenia reklamacji dotyczących okoliczności wskazanych w pkt I.1.1-I.1.3 oraz I.1.6 decyzji, które otrzyma w ciągu 30 dni od daty zaniechania stosowania przez Spółkę praktyk opisanych powyżej.

Praktyki Spółki określone w pkt I.1.4. - I.1.5. rozstrzygnięcia zostały zaniechane z dniem **20 czerwca 2019 r.**, tj. z dniem zaprzestania przez UPC Polska wysyłania do klientów w treści potwierdzeń e-mail linków do dokumentów abonenckich na rzecz ich wysyłania w postaci plików pdf, jako załączników do wiadomości e-mail.

#### Zobowiązanie do usunięcia skutków naruszeń interesów konsumentów spowodowanych praktykami kwestionowanymi przez Prezesa Urzędu

Na dzień wydania decyzji trwają skutki naruszeń interesów konsumentów o charakterze ekonomicznym i pozaekonomicznym, a w przypadku praktyk, które nie zostały zaniechane na dzień wydania decyzji (por. pkt I.1.1.-I.1.3. oraz I.1.6. rozstrzygnięcia) skutki te mogą w dalszym ciągu powstawać.

W ocenie Prezesa Urzędu zachodzi konieczność usunięcia ww. skutków poprzez realizację zaproponowanych przez Spółkę działań. W ramach ww. zobowiązania Spółka zobowiązała się do przyznania określonej grupie konsumentów przysporzenia konsumentckiego.

Odnosząc się do działań zaproponowanych przez Spółkę, należy w pierwszej kolejności wskazać **grupę konsumentów**, których dotyczy zobowiązanie. Zobowiązania Spółki wskazane w pkt I.1.1. - I.1.6. obejmują zarówno **aktualnych** (tj. pozostających abonentami Spółki na dzień przedstawienia przez UPC Polska oferty przysporzenia konsumenckiego), jak i **byłych** konsumentów-abonentów Spółki. Przysporzeniem objęci są jednak konsumenci, którzy we wskazanym w rozstrzygnięciu decyzji okresie złożyli reklamację na jedną z praktyk, o których mowa w pkt I.1.1. - I.1.6. decyzji i które zostały rozpatrzone przez Spółkę w sposób negatywny częściowo pozytywny lub w przypadku, gdy Spółka nie dysponuje danymi raportowymi dotyczącymi przedmiotowych reklamacji.

Z uwagi na fakt, iż z praktyką, o której mowa w pkt I.1.3. decyzji, związane są dalej idące skutki niż w przypadku pozostałych praktyk, grupa konsumentów uprawnionych do skorzystania z przysporzenia została rozszerzona o konsumentów, których reklamacja w przedmiocie ww. praktyki została rozpatrzona przez UPC Polska w sposób pozytywny.

Prezes Urzędu uznał za wystarczające ustalenie rekompensaty w przypadku tego grona konsumentów, mając na uwadze szeroki krąg konsumentów spełniający powyższe warunki. Z informacji przekazanych przez UPC Polska wynika, że zakresem rekompensaty zostanie objętych co najmniej [\*\*\*] reklamacji złożonych przez konsumentów (por. uwagi zamieszczone na str. 14-15 decyzji).

Odnosząc się do **okresu**, w jakim złożenie reklamacji stanowi uprawnienie do otrzymania rekompensaty dla konsumentów, Prezes Urzędu przyjął, iż okres ten powinien odpowiadać okresowi stosowania przez UPC Polska praktyk wskazanych w pkt I.1.1.- I.1.6. rozstrzygnięcia decyzji. Wobec powyższego zakresem zobowiązania zostali objęci konsumenci, którzy złożyli reklamację w okresie od dnia 25 grudnia 2014 r. do daty:

- zaniechania przez Spółkę praktyk, o których mowa w pkt I.1.1.-I.1.2. oraz I.1.6. rozstrzygnięcia decyzji,
- 30 dnia od daty zaniechania przez Spółkę praktyki, o której mowa pkt I.1.3. rozstrzygnięcia decyzji,
- do 20 lipca 2019 r. - dla praktyk, o których mowa w pkt I.1.5. oraz I.1.6. rozstrzygnięcia decyzji (tj. 30 dnia od daty zaniechania ww. praktyk).

Jak wskazano powyżej (por. str. 53), Spółka zadeklarowała zaniechanie praktyk, o których mowa w pkt I.1.1.-I.1.3. oraz I.1.6. rozstrzygnięcia decyzji, w terminie **3 miesiące** od daty uprawomocnienia się decyzji.

**Rodzaj i wielkość** przyznanych korzyści uzależniony jest od wagi, zasięgu i skutków poszczególnych praktyk stosowanych przez Spółkę. Forma rekompensaty dostosowana jest również do aktualnego statusu abonenta Spółki (aktualny/były na dzień na dzień przedstawienia przez UPC Polska oferty przysporzenia konsumenckiego).

#### Aktualni abonenci

W ramach zobowiązania Spółka zaoferowała aktualnym abonentom nieodpłatne świadczenie przez UPC Polska jednej usługi wskazanej przez konsumenta spośród usług, o których mowa w pkt I.2.5.4.1., I.2.6.4.1. , I.2.7.4.1. rozstrzygnięcia decyzji. Konsumenci będący abonentami Spółki na dzień przedstawienia przez UPC Polska oferty przysporzenia konsumenckiego będą zatem uprawnieni do jednorazowego skorzystania z jednej z poniżej wymienionych usług:

- aktywacji dedykowanej oferty usługi telefonii mobilnej świadczonej przez UPC Polska,
- podwyższenia parametrów usługi dostępu do Internetu o jeden poziom wyżej (z zastrzeżeniem braku konieczności wymiany lub dodania modemu) - dla konsumentów korzystających z usługi dostępu do Internetu świadczonej przez UPC Polska,
- aktywacji usługi telewizyjnej w pakiecie MAX - dla konsumentów korzystających z usługi telewizyjnej SELECT świadczonej przez UPC Polska,
- aktywacji usługi telefonii stacjonarnej MINUTY DO WSZYSTKICH 60 - dla konsumentów niekorzystających z usługi telefonii stacjonarnej świadczonej przez UPC Polska (z zastrzeżeniem braku konieczności wymiany lub dodania sprzętu),
- udostępnienia pakietu Polsat Sport Premium Go (w aplikacji Horizon GO), albo udostępnienia usługi dodatkowej Pakietu Bezpieczeństwa UPC dla 3 urządzeń - dla konsumentów korzystających wyłącznie z usługi dostępu do Internetu świadczonej przez UPC Polska lub dla konsumentów korzystających z usługi dostępu do Internetu oraz usługi telefonii stacjonarnej lub dla konsumentów korzystających z usługi dostępu do Internetu oraz usługi telewizyjnej w pakiecie START SD lub dla konsumentów korzystających z usługi dostępu do Internetu oraz usługi telewizyjnej w pakiecie START SD oraz usługi telefonii stacjonarnej,
- przyznania dostępu do pakietu Polsat Sport Premium - dla konsumentów korzystających z usługi telewizyjnej w pakiecie START HD (z dekodерem mediabox lub horizon),
- udostępnienia pakietu Polsat Sport Premium albo pakietu Filmy i Seriale - My Prime albo usługi Horizon Go - dla konsumentów korzystających z usługi telewizyjnej w pakiecie SELECT lub MAX świadczonej przez UPC Polska.

Zgodnie z treścią zobowiązania wybrana przez konsumenta usługa będzie świadczona przez UPC Polska nieodpłatnie na okres **2 lub 3** pełnych okresów rozliczeniowych w zakresie rekompensaty przyznanej przez UPC Polska.

W przypadku korzyści polegających na aktywacji dedykowanej oferty usługi telefonii mobilnej świadczonej przez UPC Polska lub aktywacji usługi telefonii stacjonarnej MINUTY DO WSZYSTKICH 60 - bezpłatne świadczenie usługi będzie polegało na braku ponoszenia przez konsumenta opłaty abonamentowej i kosztu usług zawartych w abonamencie. Oznacza to możliwość poniesienia przez konsumentów kosztów usług, które nie mieszczą się w pakiecie abonamentu, np. połączenia na numery specjalne lub połączenia zagraniczne.

Okres nieodpłatnego świadczenia wybranej przez konsumenta usługi przez Spółkę został uzależniony od wagi i skutków praktyk. W konsekwencji złożenie reklamacji na praktykę, o której mowa w pkt I.1.1-I.1.2. lub I.1.4-I.1.6. decyzji (warunki, o których mowa w pkt I.2.5.4.1. rozstrzygnięcia decyzji) będzie uprawniać konsumentów do nieodpłatnego korzystania z danej usługi przez **2 pełne okresy rozliczeniowe**.

Wielkość przyznanych korzyści uległa zwiększeniu w odniesieniu do konsumentów, których przedmiot reklamacji stanowiła praktyka, o której mowa w pkt I.1.3 rozstrzygnięcia (konsumentów, o których mowa w pkt I.2.6.4.1.) oraz tych, którzy złożyli reklamację na więcej niż jedną z praktyk wskazanych w pkt I.1.1. - I.1.2. oraz I.1.4. - I.1.6. decyzji (konsumentów, o których mowa w pkt I.2.7.4.1. rozstrzygnięcia decyzji). W przypadku ww.

grupy konsumentów Spółka zadeklarowała bowiem świadczenie ww. usług bez dodatkowych opłat w zakresie przyznanej rekompensaty przez okres **3 pełnych okresów rozliczeniowych**.

#### Byli abonenci

W odniesieniu natomiast do byłych abonentów Spółka zobowiązała się do uprawnienia konsumentów do jednorazowego przysporzenia w postaci możliwości:

→ zawarcia ze Spółką umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, której przedmiotem jest usługa dostępu do Internetu lub usługa telewizji lub usługa telefonii stacjonarnej, związanej z przyznaniem upustu wysokości - co najmniej 10 zł

albo

→ przyznania konsumentowi jednorazowego przysporzenia pieniężnego.

Korzyść polegająca na udzieleniu przez UPC Polska upustu podczas zawierania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych będzie świadczona przez Spółkę odpowiednio - przez okres **2 lub 3 pełnych okresów rozliczeniowych**. Wysokość przysporzenia pieniężnego wynosić będzie 20 albo 30 zł. Podobnie jak w przypadku aktualnych abonentów UPC Polska przyznanie ww. uprawnień zostało bowiem uzależnione od wagi i skutków praktyk. Oznacza to ich zwiększenie w odniesieniu do konsumentów, których przedmiot reklamacji stanowiła praktyka, o której mowa w pkt I.1.3. rozstrzygnięcia, oraz tych, którzy złożyli reklamację na więcej niż jedną z pozostałych zakwestionowanych praktyk.

Zgodnie z zobowiązaniem Spółki - w przypadku jednoczesnego spełnienia przez konsumenta warunków do otrzymania różnego rodzaju przysporzeń, o których mowa w decyzji, konsument jest uprawniony do otrzymania **tylko jednego** z ww. przysporzeń.

Konsument ma możliwość skorzystania z usług objętych rekompensatą stosownie do stanu usług, z których korzysta na dzień dokonania zgłoszenia do UPC. Oznacza to, że konsument ma wybór spośród usług, z których nie korzysta w chwili składania zgłoszenia.

W przypadku natomiast korzystania przez konsumenta - na dzień dokonania zgłoszenia - ze wszystkich usług objętych rekompensatą, zgodnie ze złożonym zobowiązaniem, Spółka zapewni konsumentowi możliwość świadczenia usług, o których mowa w pkt I.2.5.4.1. v) albo I.2.5.4.1. vi), I.2.5.4.1. vii) - bezpłatnie na okres 2 (słownie: dwóch) lub 3 (trzech) pełnych okresów rozliczeniowych.

Oznacza to, że konsumenci będą mogli wybrać usługę, za jaką nie będą musieli w tym okresie płacić, spośród następujących usług:

→ udostępnienia pakietu Polsat Sport Premium Go (w aplikacji Horizon GO) albo udostępnienia usługi dodatkowej Pakietu Bezpieczeństwa UPC dla 3 urządzeń - dla konsumentów korzystających wyłącznie z usługi dostępu do Internetu świadczonej przez UPC Polska lub dla konsumentów korzystających z usługi dostępu do Internetu oraz usługi telefonii stacjonarnej lub dla konsumentów korzystających z usługi dostępu do Internetu oraz usługi telewizyjnej w pakiecie START SD lub dla konsumentów korzystających z usługi dostępu do Internetu oraz usługi telewizyjnej w pakiecie START SD oraz usługi telefonii stacjonarnej,



- przyznania dostępu do pakietu Polsat Sport Premium - dla konsumentów korzystających z usługi telewizyjnej w pakiecie START HD (z dekoderm mediabox lub horizon),
- udostępnienia pakietu Polsat Sport Premium albo pakietu Filmy i Seriale - My Prime albo usługi Horizon Go - dla konsumentów korzystających z usługi telewizyjnej w pakiecie SELECT lub MAX świadczonej przez UPC Polska.

#### Sposób dokonywania zgłoszeń przez konsumentów

W celu skorzystania z oferowanych przez UPC Polska opcji przysporzenia konsument powinien **zgłosić** się w terminie **3 miesięcy od daty otrzymania przez konsumenta od UPC Polska indywidualnej informacji** o niniejszej decyzji, a przy braku otrzymania ww. informacji przez konsumenta - w terminie **3 miesięcy od daty zamieszczenia stosownej informacji** na stronie internetowej Spółki.

Zgłaszając się chęć skorzystania z określonej korzyści, konsument powinien powołać się na decyzję (opcjonalnie - konsument może podać numer reklamacji i okres, kiedy złożył reklamację). W celu otrzymania przysporzenia pieniężnego (20 albo 30 zł - w zależności od rodzaju praktyki/praktyk, jakimi zostali dotknięci konsumenci) konsument powinien przekazać Spółce dane niezbędne do przelewu, w szczególności **numer rachunku bankowego**. Ww. zgłoszenia konsument dokona w punkcie obsługi klientów UPC Polska, za pośrednictwem infolinii UPC Polska lub za pomocą formularza kontaktowego zamieszczonego na stronie internetowej Spółki.

Prezes Urzędu zobowiązał Spółkę się do rozpoczęcia świadczenia usługi albo korzyści opisanych powyżej w **terminie 90 dni od daty zgłoszenia konsumenta** zawierającego wszystkie dane niezbędne do realizacji przez UPC Polska przysporzenia konsumenckiego. Ww. termin jest uzasadniony z uwagi na dużą liczbę konsumentów objętych zakresem rekompensaty.

#### Zobowiązanie do udzielenia konsumentom informacji o stosowaniu przez UPC Polska praktyk kwestionowanych przez Prezesa Urzędu oraz przysługującej im rekompensacie

Zobowiązanie obejmuje również obowiązek zakomunikowania konsumentom możliwości skorzystania z opisanych powyżej rekompensat. Konsumenci zostaną poinformowani o możliwości, terminie oraz sposobie skorzystania z poszczególnych korzyści z wykorzystaniem różnych środków komunikacji - poprzez wiadomość e-mail oraz umieszczenie wiadomości w elektronicznym biurze obsługi klienta (tzw. eBOK), a w przypadku braku dysponowania przez UPC Polska adresem e-mail konsumenta - drogą listowną oraz poprzez umieszczenie wiadomości w elektronicznym biurze obsługi klienta (tzw. eBOK). W stosunku do byłych abonentów Spółka przekaże im ww. informację poprzez wiadomość e-mail, stosownie do danych kontaktowych abonentów posiadanych przez UPC Polska. O możliwości, terminie oraz sposobie skorzystania z omówionych powyżej korzyści Spółka poinformuje konsumentów w terminie **3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji**.

W ramach zobowiązania Spółka zadeklarowała ponadto publikację na stronie internetowej Spółki mieszczącej się pod adresem [www.upc.pl](http://www.upc.pl) oświadczenia o treści:

„W związku z decyzją zobowiązującą Prezesa UOKiK nr DOZIK 8/2020 w której uprawdopodobniono naruszenie Ustawy o prawach konsumenta, UPC informuje, że

zaniechała stosowania 2 praktyk oraz zobowiązała się do zaniechania 4 praktyk kwestionowanych przez Prezesa UOKiK dotyczących podejrzenia naruszenia Ustawy w zakresie zmiany warunków umowy na odległość, co mogło jednocześnie naruszać interesy konsumentów, oraz do usunięcia trwających skutków przedmiotowych działań.

Szczegóły dotyczące podjętego zobowiązania oraz dedykowane bezpośrednio konsumentom korzyści określono w decyzji dostępnej tutaj."

Ww. oświadczenie zostanie opublikowane przez Spółkę na jej koszt, w terminie **14 dni od uprawomocnienia się decyzji**, w następujący sposób:

- oświadczenie zostanie sformułowane ciemną czcionką na białym tle,
- oświadczenie będzie zamieszczone w górnej części strony głównej domeny www.upc.pl, bez możliwości zamknięcia informacji, z możliwością jego zwinięcia przez użytkownika tak aby widoczna była skrócona treść informacji: „Decyzja zobowiązująca Prezesa UOKiK nr DOZIK 8/2020. Dowiedz się więcej”, z ponowną możliwością rozwinięcia pełnego tekstu; przy ponownym wejściu na stronę, użytkownikowi wyświetlona zostanie skrócona treść informacji, z ponowną możliwością rozwinięcia pełnego tekstu przez użytkownika
- w przypadku wersji mobilnej strony internetowej widoczna będzie informacja o treści skróconej: „Decyzja zobowiązująca Prezesa UOKiK nr DOZIK 8/2020. Dowiedz się więcej” z możliwością jej rozwinięcia przez użytkownika,
- tekst powyższego oświadczenia zostanie wyrównany do lewej strony,
- zastosowana czcionka będzie odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej na ww. stronie internetowej,
- fragment oświadczenia o treści „dostępnej tutaj” zostanie zamieszczony w formie hipertącza (linku) do decyzji,
- w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem danego przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw przedsiębiorcy dawnej i nowej,
- w przypadku zmiany adresu strony internetowej, niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do strony internetowej funkcjonującej w czasie zamieszczenia przedmiotowego oświadczenia na stronie internetowej UPC,
- przedmiotowe oświadczenie będzie dostępne na stronie internetowej UPC Polska przez okres 2 (słownie: dwóch) miesięcy od daty jego zamieszczenia na stronie internetowej UPC Polska,

W ocenie Prezesa Urzędu zobowiązanie w powyższym kształcie spełnia cel wydania decyzji zobowiązującej, którym jest zapewnienie odpowiedniego poziomu ochrony interesów ogółu konsumentów. Złożone przez Spółkę zobowiązanie przewiduje przyznanie rekompensaty dla konsumentów w największym stopniu dotkniętych działaniem przedsiębiorcy oraz poinformowanie szerokiego grona konsumentów o niedopuszczalności określonych działań przedsiębiorcy. Wielkość przyznanych rekompensat została uzależniona od wagi i skutków poszczególnych praktyk stosowanych przez Spółkę.

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

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

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

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

Przekazane przez Spółkę informacje oraz dokumenty pozwolą zweryfikować i ocenić sposób oraz stopień wykonania zobowiązania.

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

### **Pouczenie**

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tj. Dz. U. z 2019 r., poz. 1460 ze zm., dalej także jako: „kpc”) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie **miesiąca** od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2019 r., poz. 785 ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł. Zgodnie z art. 103 ust. 1-2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna dodatkowo wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.

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

Jak stanowi art. 117 § 1 kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.

Zgodnie z art. 117 § 3 kpc osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.

W myśl art. 117 § 3 kpc wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

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

Otrzymują:

[\*\*]