



**PREZES  
URZĘDU OCHRONY  
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
CEZARY BANASIŃSKI**

DDK2-61-10/06/AO

Warszawa, dn. 17 stycznia 2007 r.

**DECYZJA Nr DDK- 4/2007**

Na podstawie art. 23 e ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080; Dz.U. z 2006 r. Nr 157, poz. 1119, Nr 170, poz. 1217), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, uznaje iż warunki zorganizowania przez Canal + Cyfrowy Spółka z o.o. z siedzibą w Warszawie, akcji promocyjnej „Tematyczny w cenie Startowego” polegające na przyjęciu, iż po upływie okresu promocyjnego, w którym abonenci Pakietu Startowego mogli korzystać z Pakietu Tematycznego za cenę opłaty abonamentowej w wysokości 24 zł miesięcznie, tj. przewidzianej dla Pakietu Startowego, umowa na odbiór Pakietu Startowego ulega przekształceniu w umowę na odbiór Pakietu Tematycznego z opłatą abonamentową w wysokości 47 zł miesięcznie, o ile objęci akcją abonenci nie złożą oświadczenia o braku zainteresowania dalszym korzystaniem z Pakietu Tematycznego przed upływem okresu promocji, **stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 23 a ust. 1 ww. ustawy poprzez naruszenie art. 77, 384 i 384<sup>1</sup> ustawy Kodeks cywilny (Dz.U. z 1964 r. Nr 16, poz. 93 ze zm.) i jednocześnie stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 26 stycznia 2006 r.**

**UZASADNIENIE**

W dniu 4 lipca 2006 roku, po przeprowadzeniu postępowania wyjaśniającego, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu), wszczął postępowanie w sprawie ustalenia, czy warunki zorganizowania przez Canal + Cyfrowy Spółka z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: Spółka), akcji promocyjnej „Tematyczny w cenie Startowego” polegającej na przyjęciu, iż po upływie okresu promocyjnego, w którym abonenci Pakietu Startowego mogli korzystać z Pakietu Tematycznego za cenę opłaty abonamentowej w wysokości 24 zł miesięcznie, tj. przewidzianej dla Pakietu Startowego, umowa na odbiór Pakietu Startowego ulegała przekształceniu w umowę na odbiór Pakietu Tematycznego z opłatą abonamentową w wysokości 47 zł miesięcznie, o ile objęci akcją promocyjną abonenci nie złożą oświadczenia o braku zainteresowania dalszym korzystaniem z Pakietu Tematycznego przed upływem okresu promocji, mogą stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (dalej: ustawa).

Spółka w pismach z dnia 24 lipca 2006 r. i 21 listopada 2006 r. udzieliła wyjaśnień odnośnie sposobu zorganizowania przedmiotowej akcji promocyjnej i ustosunkowała się do stawianych przez Prezesa Urzędu zarzutów. Spółka wyjaśniła, iż akcja „Tematyczny w cenie Startowego” obowiązywała w okresie od dnia 15 grudnia 2005 r. do dnia 25 stycznia 2006 r.

Jednocześnie Spółka poinformowała, iż w sytuacji w której umowa na odbiór Pakietu Startowego uległa przekształceniu w umowę na odbiór Pakietu Tematycznego na skutek braku otrzymania przez Spółkę w określonym przez nią terminie oświadczenia abonenta o braku zainteresowania dalszym odbieraniem Pakietu Tematycznego po zakończeniu akcji promocyjnej tj. do dnia 25 stycznia 2006 r., abonent zachowywał możliwość zmiany odbieranego przez niego dotychczas pakietu, tj. powrotu do Pakietu Startowego w trybie określonym w Regulaminie Umowy o Abonament.

Zgodnie z art. 9 § 2 Regulaminu Umowy o Abonament, *w trakcie Umowy Abonent, który nie ma wymagalnych długów wynikających z Umowy może zażądać raz w miesiącu kalendarzowym zmiany Pakietu (...), za który Rata Miesięczna jest niższa od Raty Miesięcznej za poprzednio odbierany Pakiet, na następujących zasadach:*

- 1. Abonent składa wniosek o zmianę Pakietu telefonicznie pod aktualnym numerem telefonu Centrum Telefonicznego Abonentów Operatora CYFRY + lub w drodze elektronicznej lub pisemnej. Operator CYFRY + rozpocznie dostarczanie do Abonenta nowo wybranego Pakietu, najpóźniej począwszy do pierwszego dnia następującego po miesiącu, w którym zgłoszono ten wniosek.*
- 2. Abonent, który dokonał zmiany Pakietu na Pakiet, za który Rata Miesięczna jest niższa od Raty Miesięcznej za poprzednio odbierany Pakiet, jest zobowiązany do zapłaty:*
  - a) za miesiąc, w którym dokonana została powyższa zmiana, Raty Miesięcznej w dotychczasowej wysokości; wysokość Raty Miesięcznej wg stawek za nowo wybrany Pakiet będzie obowiązywać od miesiąca następującego po miesiącu, w którym powyższa zmiana została dokonana,*
  - b) Pakietowej Oplaty Aktywacyjnej, której wysokość określona jest w Załączniku nr 1 do Umowy.*

Spółka dodała, iż zmiany takie odbywały się na bieżąco w przypadku zgłoszenia przez abonenta prośby o przywrócenie poprzednio odbieranego Pakietu Startowego. Jednocześnie w udzielonych wyjaśnieniach z dnia 21 listopada 2006 r. Spółka dodatkowo poinformowała, iż abonent, który dokonał zmiany Pakietu Tematycznego na Pakiet Startowy w okresie od 1 lutego 2006 r. do 31 marca 2006 r., tj. po zakończeniu okresu promocji, nie był zobowiązany do zapłaty Pakietowej Oplaty Aktywacyjnej. Zwolnienie to wynikało z warunków tzw. procedury akcji promocyjnej. Warunki te zostały przesłane przez Spółkę Prezesowi Urzędu pismem z dnia 1 grudnia 2006 r.

Do akt postępowania Spółka dołączyła zestawienie pakietów wybieranych przez abonentów objętych akcją promocyjną w okresie od grudnia 2005 r. do lipca 2006 r. (załącznik nr 1 do pisma Spółki z dnia 24 lipca 2006 r.) oraz od grudnia 2005 r. do października 2006 r. (stanowiący załącznik nr 3 do pisma Spółki z dnia 21 listopada 2006 r.).

Jednocześnie Prezes Urzędu wystąpił do Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej (dalej: Prezes UKE), z prośbą o przedstawienie opinii, w jakim zakresie zastosowanie mają przepisy ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2004 r. Nr 171, poz. 1800, ze zm.) do przedsiębiorców świadczących usługi telewizji kablowej i cyfrowej.

Prezes UKE w opinii z dnia 13 listopada 2006 r. stwierdził, iż umowa pomiędzy abonentem, a operatorem telewizji kablowej i cyfrowej w zakresie dotyczącym przedmiotu

umowy (tj. dostarczania treści - zawartości sygnału) jest regulowana przez przepisy Kodeksu cywilnego (dalej: K.c.). A zatem, w odniesieniu do umów, regulaminów, cenników, sposobu informowania o wprowadzonych zmianach, prawa i obowiązki stron regulują właściwe przepisy Kodeksu cywilnego (w tym art. 384 i następne). Natomiast Prawo telekomunikacyjne będzie miało zastosowanie jedynie w zakresie ograniczonym do usługi telekomunikacyjnej tj. przekazywania sygnału w sieci telekomunikacyjnej.

Zgodnie z zasadą, wyrażoną w art. 10 Kodeksu postępowania administracyjnego strona przed wydaniem decyzji miała możliwość zapoznania oraz wypowiedzenia się co do zebranego materiału dowodowego w sprawie. Upoważniony osoba zapoznała się z aktami sprawy w dniu 31 sierpnia 2006 r.

### **Prezes Urzędu ustalił, co następuje:**

Canal + Cyfrowy Sp. z o.o. jest przedsiębiorcą świadczącym usługi rozprowadzania kodowanych programów telewizyjnych transmitowanych drogą satelitarną, wpisanym do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej pod numerem 88.

Spółka posiada w swojej ofercie cztery opcje pakietów abonamentowych m.in. Pakiet Startowy i Pakiet Tematyczny. Różnice pomiędzy pakietami, polegają głównie na zakresie oferowanych programów telewizyjnych, oraz cenie za poszczególne pakiet. Pakiet Startowy jest najtańszym pakietem oferowanym przez Spółkę w cenie 24 zł. Pakiet ten zawiera „podstawowy” katalog programów telewizyjnych. Natomiast Pakiet Tematyczny, w cenie 47 zł, umożliwi abonentom korzystanie z szerszego katalogu programów telewizyjnych.

Spółka z abonentami zawiera umowy w ramach wybranego pakietu abonamentowego w formie pisemnej, którego cena jest określona w „załączniku nr 1 do umowy”. Ponadto, abonent w umowie potwierdza, odznaczając krzyżykiem pustą kratkę, iż otrzymał Regulamin Umowy o Abonament.

Warunki akcji promocyjnej „Tematyczny w cenie startowego”, określał Regulamin Akcji Promocyjnej Tematyczny w cenie Startowego (dalej: Regulamin Akcji Promocyjnej), który wszedł w życie w dniu 15 grudnia 2005 r.

Akcja promocyjna „Tematyczny w cenie Startowego” została skierowana do tych abonentów Spółki, którzy w ramach łączącej ich ze Spółką umowy o abonament wybrali Pakiet Startowy i w chwili wejścia w życie promocji nadal odbierali ten pakiet, dokonując miesięcznych płatności przewidzianych umową oraz otrzymali drogą pocztową od Spółki informację o wzięciu udziału w przedmiotowej akcji promocyjnej. Akcja ta nie obejmowała abonentów, którzy dokonywali płatności w innej niż miesięczna forma zapłaty oraz złożyli wypowiedzenie umowy o abonament i którym w okresie objętym akcją biegł termin wypowiedzenia zawartej przez nich umowy.

O zasadach akcji promocyjnej objęci nią abonenci zostali poinformowani w skierowanym do nich piśmie z dnia 7 grudnia 2005 r. (załącznik nr 2 do pisma Spółki z dnia 7 marca 2006 r.), zawierającym informacje o możliwości korzystania w ramach akcji promocyjnej z Pakietu Tematycznego za cenę Pakietu Startowego, z dodatkowych 9 kanałów telewizyjnych, których odbiór był możliwy w ramach akcji bez ponoszenia dodatkowych kosztów do dnia 25 stycznia 2006 r. W piśmie do abonentów wskazano, iż od dnia 26 stycznia 2006 r. abonenci, którzy nie skontaktują się do dnia 25 stycznia 2006 r. z Centrum Telefonicznym Abonentów Cyfry + (tel. 0 801 801 801) lub nie odeślą kuponu dołączonego do listu, będą mieli zmienione warunki umowy w ten sposób, że Pakiet Startowy zostanie zastąpiony Pakietem Tematycznym, z jednoczesnym podniesieniem opłaty

abonamentowej do wysokości 47 zł, przewidzianej dla Pakietu Tematycznego. Dodatkowo pismo zawierało informację o miejscach, w których można było zapoznać się z regulaminem akcji (siedziba Operatora Cyfry + i Centra Cyfry +) oraz o możliwości otrzymania go drogą pocztową na życzenie abonenta. Do powyższego pisma dołączony był kupon wraz z kopertą zwrotną zawierającą schemat oświadczenia o treści: „*Oświadczam, że nie jestem zainteresowany/a odbieraniem pakietu Tematycznego po zakończeniu akcji promocyjnej „Tematyczny w cenie Startowego”, tj. od dnia 1.02.2006 r.*” (załącznik nr 2 do pisma Spółki z dnia 7 marca 2006 r.).

Wynika z tego, iż w sytuacji, w której abonent nie złożył oświadczenia o braku zainteresowania odbieraniem Pakietu Tematycznego, od dnia 1 lutego 2006 r. korzystał on automatycznie z Pakietu Tematycznego. Jednocześnie był zobowiązany dokonywać opłaty abonamentowej w wysokości 47 zł.

### **Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, co wynika z treści jej art. 1 ust. 2. Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Z praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów mamy zatem do czynienia wówczas, gdy spełnione są dwie przesłanki:

- A.** Bezprawność działań przedsiębiorcy,
- B.** Godzenie tymi działaniami w zbiorowe interesy konsumentów.

### **Ad A**

Bezprawność działania Spółki polega na dokonaniu przez nią, pod pozorem prowadzenia akcji promocyjnej, jednostronnej zmiany umów łączących ją z objętymi akcją promocyjną konsumentami. Inicjatorem akcji była wyłącznie Spółka, a objęci nią konsumenci pozbawieni byli możliwości samodzielnego decydowania o skorzystaniu z promocji.

Zgodnie z definicją przedstawioną w „Słowniku języka polskiego” PWN, pod. red. prof. Stanisława Dubisza, Warszawa. 2003 pojęcie „promocja” oznacza:

1. *„Działania zmierzające do zwiększenia popularności firmy i jej produktów, do zwiększenia sprzedaży jakiegoś towaru, np. poprzez reklamę lub obniżenie ceny”.*
2. *„Sprzedaż nowych towarów, nowego rodzaju usług po obniżonej cenie, stosowana w celu zwiększenia ich popularności oraz pozyskania klientów, sprzedaż promocyjna”.*

Istotą promocji jest więc podejmowanie przez sprzedawcę działań, które mają na celu poszerzenie wiedzy konsumenta o towarach lub usługach przez niego oferowanych, a następnie do nabrania przekonania przez konsumenta o wyższości oferowanego towaru lub usługi nad dotychczas posiadanym lub tym samym zachęcenia do jego zakupu.

W ocenie Prezesa Urzędu przedmiotowa sprawa nie ma charakteru promocji. Promocją można by określić sytuację, w której jako regułę przyjęto, że po upływie okresu obowiązywania akcji abonenci, którzy w sposób wyraźny nie zdecydowali o zmianie pakietu abonamentowego, czyli nie złożą wniosku o zmianę warunków umowy, powracają do zasad

dotychczasowych, czyli do warunków zawartej umowy. W niniejszej sprawie, w ocenie Prezesa Urzędu po upływie okresu promocyjnego dochodziło do jednostronnej zmiany umowy.

Spółka z abonentami zawiera w ramach wybranego pakietu abonamentowego, umowy transmisji kodowanych programów telewizyjnych drogą satelitarną, w formie pisemnej. Do zawarcia umowy, jak i jej zmiany mają zastosowanie właściwe przepisy Kodeksu cywilnego tj. art. 77 K.c. Część umowy zawieranej z abonentem stanowią także regulaminy oraz cennik usługi. W związku z tym, na podstawie art. 384 i następnych K.c., Spółka ma obowiązek dostarczenia tych dokumentów przy zawarciu umowy, jak i wprowadzaniu do niej zmian.

W niniejszej sprawie abonenci objęci akcją promocyjną podpisali ze Spółką umowy o świadczenie usług w ramach Pakietu Startowego, którego cena została określona w załączniku nr 1 do umowy. Jednocześnie przy podpisaniu umowy, Spółka dostarczyła abonentom Regulamin Umowy o Abonament. Potwierdzając fakt otrzymania regulaminu, abonenci odznaczali pustą kratkę, obok której znajdowało się ich oświadczenie. Elementami przedmiotowo istotnymi umowy są: rodzaj odbieranych programów telewizyjnych oraz wysokość opłaty abonamentowej. Zmiana w zakresie ww. elementów wymagała zatem zachowania formy pisemnej. Tymczasem zmiana dokonana przez Spółkę miała charakter jednostronny, bez dochowania wymaganej formy. Konstruując warunki akcji promocyjnej Spółka, nałożyła na konsumenta niegodzącego się na zmianę warunków umowy, konieczność złożenia oświadczenia o braku zgody na modyfikację warunków umowy w określonym przez Spółkę terminie i trybie. Brak oświadczenia abonenta był postrzegany przez Spółkę jako dorozumiana zgoda na modyfikację warunków umowy. Tak więc, aby zapobiec skutkowi w postaci przekształcenia umowy na odbiór Pakietu Startowego w umowę na odbiór Pakietu Tematycznego, objęty akcją abonent, przed upływem okresu promocyjnego, powinien był złożyć Spółce oświadczenie o braku zainteresowania odbieraniem Pakietu Tematycznego, w formie telefonicznej (za pośrednictwem infolinii Cyfry + 0 801 801 801) lub pisemnie wysyłając kupon otrzymany wraz z listem informującym o akcji na adres Spółki. W konsekwencji, w razie braku aprobaty dla przekształcenia umowy, chcąc powrócić do poprzedniego odbieranego w ramach umowy o abonament Pakietu abonent był zmuszony do podjęcia dodatkowych działań. Obejmując abonentów Pakietu Startowego akcją promocyjną „Tematyczny w cenie Startowego”, Spółka dokonała de facto jednostronnej zmiany wiążących ją ze wskazaną grupą abonentów warunków umów, poprzez wprowadzenie w stosunku do nich, po upływie okresu promocji, Pakietu Tematycznego w miejsce posiadanego dotychczas Pakietu Startowego w cenie 24 zł, z jednoczesnym podniesieniem opłaty abonamentowej do wysokości 47 zł, przewidzianej dla Pakietu Tematycznego.

W związku z powyższym, w ocenie Prezesa Urzędu praktyka stosowana przez Spółkę wypełnia znamiona jednostronnej zmiany warunków umowy łączącej Spółkę z abonentami, a w związku z brakiem zachowania formy pisemnej (aneksu do umowy), należy ocenić jako działanie bezprawne w świetle art. 77 K.c. Stosownie do art. 77 § 1 K.c., uzupełnienie lub zmiana umowy powinna nastąpić w takiej formie jaką ustawa lub wola stron przewidziały dla jej zawarcia.

Odnosząc się natomiast do tezy Spółki przedstawionej w piśmie z dnia 24 lipca 2006 roku, zgodnie z którą objęci akcją promocyjną abonenci mieli możliwość zgłoszenia wniosku o przywrócenie poprzednio odbieranego Pakietu Startowego na podstawie art. 9 Regulaminu Umowy o Abonament, Prezes Urzędu zauważył, iż powyższe sytuacja, o której mówi Spółka, odnosi się do uprawnienia Abonenta do dokonania zmiany na jego wniosek. Zgodnie z brzemieniem tego artykułu, abonent niemający wymagalnych długów wynikających z umowy, może raz w miesiącu zmienić abonament na zarówno abonament za który rata jest wyższa od dotychczas posiadanego jaki i niższa. Jednakże, wyrażając zgodę na

zmianę odbieranego Pakietu na podstawie art. 9 Regulaminu Umowy o Abonament, abonent mógł wziąć pod uwagę nie tylko ofertę programową danego pakietu, ale również swoje zdolności finansowe. Natomiast, działanie Spółki rozpatrywane w niniejszej decyzji odnosi się do sytuacji, w której Abonent zostaje „przymuszony” do dokonania zmiany dotychczasowego Pakietu na Pakiet zmieniony na warunkach „promocji”, poprzez jednostronną zmianę warunków umowy bez wyraźnie wyrażonej jego zgody.

Spółka również naruszyła obowiązek wynikający z art. 384 K.c., który nakłada na przedsiębiorcę wymóg doręczenia wzorca umowy konsumentowi. Abonenci o zasadach akcji promocyjnej dowiedzieli się z przesłanych im przez Spółkę ulotek informacyjnych. Spółka nie doręczyła abonentom Regulaminu Akcji Promocyjnej. Ograniczyła się jedynie do udzielenia informacji o miejscach, w których abonent może zapoznać się z Regulaminem Akcji Promocyjnej (siedziba Operatora Cyfry + i Centra Cyfry +) oraz o możliwości otrzymania go drogą pocztową na życzenie abonenta.

Ponadto, Spółka naruszyła postanowienia art. 384<sup>1</sup> K.c., który zobowiązuje stronę wprowadzającą do obrotu konsumenckiego zmiany wzorca umowy w trakcie trwania stosunku umownego o charakterze ciągłym, do dostarczenia nowego, zmienionego wzorca umownego. Konsument ma wówczas prawo do wypowiedzenia umowy w najbliższym terminie wypowiedzenia.

W sprawie będącej przedmiotem niniejszej decyzji doszło do faktycznej zmiany w art. 9 § 2 pkt b) Regulaminu Umowy o Abonament, a odnosiło się do abonenta dokonującego zmiany Pakietu Tematycznego na Pakiet Startowy po okresie promocji, tj. w przypadku powrotu na posiadany poprzednio pakiet. W tej sytuacji, abonent był zobowiązany m.in. do zapłaty Pakietowej Opłaty Aktywacyjnej, której wysokość określona została w załączniku nr 1 do umowy.

Zgodnie z art. 9 § 2 pkt b) Regulaminu umowy o Abonament, abonent który dokonuje zmiany Pakietu Tematycznego na Pakiet Startowy po okresie promocji zobowiązany jest m.in. do zapłaty Pakietowej Opłaty Aktywacyjnej. Jednakże, w związku z prowadzoną akcją promocyjną Spółka dokonała zmiany w przedmiotowym zakresie. Wprowadzenie nowych zasad nastąpiło w Procedurze obsługi oferty promocyjnej „UPGRADE PAKIETU STARTOWEGO” obowiązującej od dnia 5 grudnia 2005 r. W rozdziale V „Oferta promocyjna” ust V.1. pkt f) stanowił, iż abonentom, którzy zdecydują o powrocie na Pakiet Startowy, przez kolejne 2 miesiące po zakończeniu okresu promocyjnego, tj. do dnia 31 marca 2006 r., nie będzie naliczana Pakietowa Opłata Aktywacyjna. Jak wynika z powyższego, procedura ta faktycznie zmieniła brzmienie art. 9 § 2 pkt b) Regulaminu Umowy o Abonament. Dlatego też, zgodnie z art. 384<sup>1</sup> K.c. a także z art. 15 § 8 Regulaminu Umowy o Abonament, *(zmiany Regulaminu/Umowy wydane w czasie trwania Umowy będą wiązały Abonenta, jeżeli ich treść zostanie mu doręczona, a Abonent nie wypowie Umowy w terminie 14 dni od daty ich doręczenia)*, Spółka była zobowiązana do poinformowania konsumentów o wprowadzonych zmianach.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu stwierdził, iż oprócz faktu, iż Spółka nie dostarczyła abonentom warunków Regulaminu Akcji Promocyjnej, to również nie przedstawiła zmian odnoszących się do Regulaminu Umowy o Abonament, a dotyczących braku ponoszenia kosztów Pakietowej Opłaty Aktywacyjnej, w przypadku powrotu abonenta na poprzednio posiadany plan abonamentowy w okresie od 1 lutego 2006 r. do 31 marca 2006 r.

## Ad B

Oprócz bezprawności działania, drugim, koniecznym warunkiem uzasadniającym wszczęcie postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów jest wykazanie naruszenia tzw. zbiorowego interesu konsumentów. Ustawa nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w art. 23a ust. 1 *in fine* ustawy, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów oznacza więc narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem często lub nawet powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

Sąd Najwyższy uznał, iż *„nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy antymonopolowej można wszczęć tylko wtedy, gdy zagrożonej są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem także ochronie nieograniczonej liczby potencjalnych konsumentów.”*<sup>1</sup> W wyroku z dnia 26 lutego 2004 r. Sąd Najwyższy wskazał, że stwierdzenie naruszenia indywidualnego interesu konsumenta nie wyklucza uznania, że dochodzi równocześnie do naruszenia publicznego, zbiorowego interesu konsumentów.<sup>2</sup>

W związku z powyższym, do stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, iż konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma określonego adresata, lecz kierowane jest do nieoznaczonego kręgu podmiotów. Jednakże, jak podnosi się w doktrynie, w pojęciu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mieści się także działanie przedsiębiorcy skierowane wprawdzie do oznaczonych (zindywidualizowanych), ale za do dostatecznie licznych konsumentów, o ile przy tym tych konsumentów łączy jakaś wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem zostaje poszkodowana pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie – z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę – zbiorowością przypadkowych jednostek, lecz stanowiącą określoną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy.<sup>3</sup>

W niniejszej sprawie o naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów świadczy nie tylko kryterium ilościowe - skutkiem bezprawnych działań Spółki dotknięci byli konsumenci, którzy zgodnie ze stanowiskiem Spółki wyrażonym w piśmie z dnia 24 lipca 2006 r., *potencjalnie zainteresowani odbiorem poszerzonej oferty programowej Cyfry + tj. grupa 18 377 abonentów spośród 55 673 abonentów Pakietu Startowego*, ale również fakt, iż łączyła ich wspólna cecha - dotknięte nią były osoby korzystające z Pakietu Startowego. Dlatego też, wskazuje to nie tylko na szeroki zakres działania ale na masowy ich charakter.

<sup>1</sup> Wyrok SN z dnia 12 września 2003 r., I CKN 504/1.

<sup>2</sup> Wyrok SN z dnia 26 lutego 2004 r., III SK 2/04; OSNP 2004/19/343.

<sup>3</sup> M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy 2004/17/791.

## **Zaniechanie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.**

Prezes Urzędu ustalił, iż Spółka zaprzestała stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów z dniem 26 stycznia 2006 r. Powyższe stanowisko wynika z faktu, iż akcja promocyjna rozpoczęła się w dniu 15 grudnia 2005 r. a zakończyła się w dniu 25 stycznia 2006 r. Zatem dzień 26 stycznia 2006 r., jako pierwszy dzień po zakończeniu akcji promocyjnej można uznać za ostateczną datę zakończenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Zdaniem Prezesa Urzędu za uzasadnione należy uznać wydanie decyzji, mimo, iż w trakcie postępowania ustalono, że Spółka zaprzestała stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów jeszcze przed datą wydania postanowienia o wszczęciu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Na podstawie art. 100g ustawy nie wszczyna się postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli od końca roku, w którym zaprzestano ich stosowania, upłynął rok.

Jednocześnie, fakt zaprzestania stosowania przez Spółkę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów czyni zasadnym oparcie rozstrzygnięcia o art. 23 e ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zgodnie z którym *„nie wydaje się decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie jej stosowania, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 23 a (ust. 1). (...) Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania (ust. 2).”*

W związku z powyższym, z uwagi na fakt, iż działanie Spółki nie narusza w dacie orzekania przepisu art. 23 a ustawy uzasadnione jest zakończenie prowadzonego postępowania rozstrzygnięciem wydanym na podstawie art. 23 e ww. ustawy.

W tym stanie należało zatem uznać działania Spółki za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzić zaniechanie jej stosowania.

## **Mając na uwadze powyższe, orzeka się jak w sentencji decyzji.**

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji stronie przysługuje odwołanie się do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu.

Z up. PREZESA  
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
ZASTĘPCA DYREKTORA  
Departamentu Polityki Konsumentckiej

Monika Stec

Otrzymuje:

1. **Mec. Grzegorz Rybicki**

*Spółka Adwokacka G. Rybicki, G. Wąsowski*  
ul. Chałubińskiego 8 lok. 55  
00-613 Warszawa

2. a/a

Do wiadomości:

**Canal + Cyfrowy Sp. z o.o.**



ul. Kawalerii 5  
00-468 Warszawa