



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

DDK-61-4/14/KA

Warszawa, dnia 23 grudnia 2014 r.

wersja niezawierająca tajemnicy przedsiębiorstwa [***]

Decyzja nr DDK 6/2014

I.

Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania przez Cyfrowy Polsat S.A. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, że Cyfrowy Polsat S.A. z siedzibą w Warszawie stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegające na:

- i. stosowaniu 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia w umowach o świadczenie usług dostępu do telewizji satelitarnej zawartych na czas nieoznaczony, co może naruszać art. 57 ust. 5 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2004 r. Nr 171, poz. 1800 ze zm.) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów;
- ii. automatycznym przedłużaniu umów o świadczenie usług dostępu do telewizji satelitarnej zawartych na czas oznaczony w umowy na kolejny czas oznaczony w sytuacji braku aktywnego działania ze strony konsumenta, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. nr 171, poz. 1206) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów;

po zobowiązaniu się przez Cyfrowy Polsat S.A. do podjęcia działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Cyfrowy Polsat S.A. z siedzibą w Warszawie obowiązek wykonania zobowiązania:**

1. wobec konsumentów, którzy będą zawierać ze Spółką umowy o świadczenie usług w zakresie dostępu do telewizji satelitarnej od dnia 29 grudnia 2014 r. – do stosowania wzorców umownych przewidujących:
 - a) możliwość rozwiązania umowy abonenckiej z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym

- drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej,
- b) przekształcenie się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w umowę zawartą na czas nieoznaczony, o ile konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia co najmniej na jeden (nie dłuższy niż miesiąc) okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego,
2. wobec dotychczasowych abonentów Spółki (konsumentów), którzy od dnia 29 grudnia 2014 r. będą dokonywać zmian warunków (przedłużenia) umowy o świadczenie usług w zakresie dostępu do telewizji satelitarnej, tj. będą zawierać kolejną umowę na czas oznaczony – do stosowania wzorców umownych przewidujących:
- a) możliwość rozwiązania umowy abonenckiej z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej,
 - b) przekształcenie się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w umowę zawartą na czas nieoznaczony, o ile konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia co najmniej na jeden (nie dłuższy niż miesiąc) okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego,
3. wobec dotychczasowych konsumentów, którzy od dnia 10 kwietnia 2014 r. zawarli ze Spółką umowy o świadczenie usług w zakresie dostępu do telewizji satelitarnej przewidujące inny niż jednomiesięczny okres wypowiedzenia umowy – do wprowadzenia zmiany treści wzorców umownych poprzez zamieszczenie w nich postanowień przewidujących możliwość rozwiązania umowy abonenckiej z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej, w terminie do dnia 31 lipca 2015 r., oraz poinformowania tych abonentów na co najmniej miesiąc przed wejściem tych zmian w życie o planowanych zmianach i o możliwości wypowiedzenia umowy z powodu braku ich akceptacji z zachowaniem dotychczasowego (przewidzianego w umowie) okresu wypowiedzenia – ze wskazaniem, że wprowadzenie zmian wynika z konieczności usunięcia przez Spółkę niedozwolonych postanowień umownych, a wypowiedzenie umowy przez konsumenta następować będzie na podstawie art. 60a ust. 3 pkt 1 w zw. 60a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 ze zm.), tj. z koniecznością zwrotu przez abonenta ulgi przyznanej abonentowi przy zawieraniu umowy pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania, o ile konsumenci uzyskali taką ulgę,

4. wobec dotychczasowych konsumentów, którzy zawarli ze Spółką umowy o świadczenie usług przed dniem 10 kwietnia 2014 r. i których umowy przewidują inny niż jednomiesięczny okres wypowiedzenia umowy oraz przedłużanie się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w kolejną umowę na czas oznaczony – do wprowadzenia zmiany treści wzorców umownych poprzez:
 - a) zamieszczenie w nich postanowień przewidujących możliwość rozwiązania umowy abonenckiej z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej,
 - b) zamieszczenie w nich postanowień o przekształceniu się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w umowę zawartą na czas nieoznaczony, o ile konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia co najmniej na jeden (nie dłuższy niż miesiąc) okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego,w terminie do dnia 31 lipca 2015 r. oraz poinformowania tych abonentów na co najmniej miesiąc przed wejściem tych zmian w życie o planowanych zmianach i możliwości wypowiedzenia umowy z powodu braku ich akceptacji z zachowaniem dotychczasowego (przewidzianego w umowie) okresu wypowiedzenia – ze wskazaniem, że wprowadzenie zmian wynika z konieczności usunięcia przez Spółkę niedozwolonych postanowień umownych, a wypowiedzenie umowy przez konsumenta następować będzie na podstawie art. 60a ust. 3 pkt 1 w zw. 60a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 ze zm.), tj. z koniecznością zwrotu przez abonenta ulgi przyznanej abonentowi przy zawieraniu umowy pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania, o ile konsumenci uzyskali taką ulgę,
5. do prowadzenia od daty rozpoczęcia wysyłania konsumentom Spółki zawiadomień o planowanych zmianach treści wzorców umownych, o których mowa w pkt. 3-4 rozstrzygnięcia decyzji, kampanii informacyjnej – poprzez stronę internetową Spółki – wskazującej, że od daty wskazanej w zawiadomieniu, określonej indywidualnie dla każdej partii wysyłek:
 - a) abonenci Spółki będą uprawnieni do wypowiedzenia umowy z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej,
 - b) skutkiem upływu okresu podstawowego w abonenckim terminowym stosunku zobowiązaniowym nie będzie przedłużenie umowy na kolejny czas oznaczony, lecz przekształcenie jej w umowę bezterminową, o ile konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia co najmniej na jeden (nie

dłuższy niż miesiąc) okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego.

II.

Na podstawie art. 28 ust. 3 w związku z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania przez Cyfrowy Polsat S.A. z siedzibą w Warszawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione, na podstawie okoliczności sprawy, że Cyfrowy Polsat S.A. z siedzibą w Warszawie stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, opisane w pkt. I rozstrzygnięcia decyzji, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na Cyfrowy Polsat S.A. z siedzibą w Warszawie obowiązek złożenia informacji o realizacji zobowiązania, o którym mowa w pkt. I rozstrzygnięcia decyzji, poprzez przedstawienie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**

1. zmienionych i stosowanych w terminie od dnia 29 grudnia 2014 r. wobec nowych abonentów Spółki wzorców umów przewidujących możliwość rozwiązania umowy abonenckiej z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej, oraz przekształcenie się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w umowę zawartą na czas nieoznaczony, o ile konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia co najmniej na jeden (nie dłuższy niż miesiąc) okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego;
2. 5 umów (wraz z kompletem załączników) zawartych z konsumentami w okresie od dnia 29 grudnia 2014 r. do dnia 29 stycznia 2015 r. w oparciu o wzorce umów zmienione w sposób opisany w pkt. I.1 rozstrzygnięcia decyzji;
3. 5 umów (wraz z kompletem załączników) zawartych z konsumentami przed dniem 29 grudnia 2014 r., zmienionych (przedłużonych) po tej dacie, a przed dniem 29 stycznia 2015 r. w oparciu o wzorce umów zmienione w sposób opisany w pkt. I.2 rozstrzygnięcia decyzji

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

4. 24 imiennych informacji o zmianie warunków umowy obejmującej wprowadzenie do wzorców umów postanowień przewidujących możliwość rozwiązania umowy abonenckiej z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej, oraz przekształcenie się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w umowę zawartą na czas nieoznaczony, o ile konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia co najmniej na jeden (nie dłuższy niż miesiąc) okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego, wraz ze

wszystkimi załącznikami oraz dowodem nadania, wysłanych do konsumentów w okresie od dnia 1 stycznia 2015 r. do dnia 30 czerwca 2015 r. (po 4 z każdego miesiąca);

5. zrzutów ekranu potwierdzających prowadzenie kampanii informacyjnej, o której mowa w pkt I. 5 rozstrzygnięcia decyzji;
6. pisemnego sprawozdania podsumowującego wykonanie zobowiązań, o których mowa w pkt I.1-5 rozstrzygnięcia decyzji uwzględniającego w szczególności:
 - a) wskazanie liczby konsumentów, do których zostały wysłane informacje, o których mowa w pkt I.3 i I.4 rozstrzygnięcia decyzji,
 - b) wskazanie dokładnych terminów, w których nastąpiła wysyłka informacji, o których mowa w pkt I.3 i I.4 rozstrzygnięcia decyzji, z uwzględnieniem wskazanych w ww. pismach terminów wejścia w życie zmienionych warunków umów w stosunku do poszczególnych grup abonentów

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

Uzasadnienie

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

W dniu 12 marca 2014 r. Prezes Urzędu na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego postanowił o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania przez Cyfrowy Polsat S.A. z siedzibą w Warszawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), dalej również jako: „ustawa”, „uokik”, polegających na:

- a) stosowaniu 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia w umowach o świadczenie usług dostępu do telewizji satelitarnej zawartych na czas nieoznaczony, co mogło naruszać art. 57 ust. 5 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171,

poz. 1800 ze zm.), dalej również jako: „Pt”, oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów;

- b) automatycznym przedłużaniu umów o świadczenie usług dostępu do telewizji satelitarnej zawartych na czas oznaczony w umowy na kolejny czas oznaczony w sytuacji braku aktywnego działania ze strony konsumenta, co mogło stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. nr 171, poz. 1206) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Postanowieniem z dnia 12 marca 2014 r. Prezes Urzędu włączył również do materiału dowodowego w postępowaniu administracyjnym następujące dokumenty zgromadzone w toku postępowania wyjaśniającego (DDK-405-57/13/ŁW/AK/KA):

1. postanowienie i zawiadomienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o wszczęciu postępowania wyjaśniającego z dnia 26 czerwca 2013 r.,
2. pisma Cyfrowego Polsatu S.A. z siedzibą w Warszawie z dnia: 8 lipca 2013 r., 24 lipca 2013 r., 30 września 2013 r., 28 listopada 2013 r., 29 stycznia 2014 r., 3 marca 2014 r.,
3. pisma Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia: 12 lipca 2013 r., 12 września 2013 r., 8 listopada 2013 r., 28 listopada 2013 r., 6 lutego 2014 r.,
4. postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o zamknięciu postępowania wyjaśniającego z dnia 10 marca 2014 r.

W toku postępowania administracyjnego Cyfrowy Polsat S.A. wniosła o wydanie w niniejszej sprawie decyzji w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W pismach złożonych w toku postępowania Spółka sformułowała zobowiązanie:

1. wobec konsumentów, którzy będą zawierać ze Spółką umowy o świadczenie usług w zakresie dostępu do telewizji satelitarnej od dnia 29 grudnia 2014 r. – do stosowania wzorców umownych przewidujących:
 - a) możliwość rozwiązania umowy abonenckiej z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej,
 - b) przekształcenie się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w umowę zawartą na czas nieoznaczony, o ile konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia co najmniej na jeden (nie dłuższy niż miesiąc) okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego,
2. wobec dotychczasowych abonentów Spółki (konsumentów), którzy od dnia 29 grudnia 2014 r. będą dokonywać zmian warunków (przedłużenia) umowy o świadczenie usług w zakresie dostępu do telewizji satelitarnej, tj. będą zawierać kolejną umowę na czas oznaczony – do stosowania wzorców umownych przewidujących:

- a) możliwość rozwiązania umowy abonenckiej z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej,
 - b) przekształcenie się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w umowę zawartą na czas nieoznaczony, o ile konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia co najmniej na jeden (nie dłuższy niż miesiąc) okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego,
3. wobec dotychczasowych konsumentów, którzy po dniu 10 kwietnia 2014 r. zawarli ze Spółką umowy o świadczenie usług w zakresie dostępu do telewizji satelitarnej przewidujące inny niż jednomiesięczny okres wypowiedzenia umowy – do wprowadzenia zmiany treści wzorców umownych poprzez zamieszczenie w nich postanowień przewidujących możliwość rozwiązania umowy abonenckiej z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej (zobowiązanie to zostanie wykonane w terminie do dnia 31 lipca 2015 r.), oraz poinformowania tych abonentów na co najmniej miesiąc przed wejściem tych zmian w życie o planowanych zmianach i o możliwości wypowiedzenia umowy z powodu braku ich akceptacji z zachowaniem dotychczasowego (przewidzianego w umowie) okresu wypowiedzenia – ze wskazaniem, że wprowadzenie zmian wynika z konieczności usunięcia przez Spółkę niedozwolonych postanowień umownych, a wypowiedzenie umowy przez konsumenta następować będzie na podstawie art. 60a ust. 3 pkt 1 w zw. 60a ust. 1 i 2 ustawy Prawo telekomunikacyjne, tj. z koniecznością zwrotu przez abonenta ulgi przyznanej abonentowi przy zawieraniu umowy pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania, o ile konsumenci uzyskali taką ulgę,
4. wobec dotychczasowych konsumentów, którzy zawarli ze Spółką umowy o świadczenie usług przed dniem 10 kwietnia 2014 r. i których umowy przewidują inny niż jednomiesięczny okres wypowiedzenia umowy oraz przedłużanie się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w kolejną umowę na czas oznaczony – do wprowadzenia zmiany treści wzorców umownych poprzez:
- a) zamieszczenie w nich postanowień przewidujących możliwość rozwiązania umowy abonenckiej z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej,
 - b) zamieszczenie w nich postanowień o przekształceniu się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w umowę zawartą na czas nieoznaczony, o ile konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia co najmniej na jeden (nie dłuższy niż

miesiąc) okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego (zobowiązanie to zostanie wykonane w terminie do dnia 31 lipca 2015 r.), oraz poinformowania tych abonentów na co najmniej miesiąc przed wejściem tych zmian w życie o planowanych zmianach i możliwości wypowiedzenia umowy z powodu braku ich akceptacji z zachowaniem dotychczasowego (przewidzianego w umowie) okresu wypowiedzenia – ze wskazaniem, że wprowadzenie zmian wynika z konieczności usunięcia przez Spółkę niedozwolonych postanowień umownych, a wypowiedzenie umowy przez konsumenta następować będzie na podstawie art. 60a ust. 3 pkt 1 w zw. 60a ust. 1 i 2 ustawy Prawo telekomunikacyjne, tj. z koniecznością zwrotu przez abonenta ulgi przyznanej abonentowi przy zawieraniu umowy pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania, o ile konsumenci uzyskali taką ulgę,

5. do prowadzenia od daty rozpoczęcia wysyłania konsumentom Spółki zawiadomień o planowanych zmianach treści wzorców umownych, o których mowa w pkt. 3-4 rozstrzygnięcia decyzji, kampanii informacyjnej – poprzez stronę internetową Spółki – wskazującej, że od daty wskazanej w zawiadomieniu, określonej indywidualnie dla każdej partii wysyłek:
 - a) abonenci Spółki będą uprawnieni do wypowiedzenia umowy z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej,
 - b) skutkiem upływu okresu podstawowego w abonenckim terminowym stosunku zobowiązaniowym nie będzie przedłużenie umowy na kolejny czas oznaczony, lecz przekształcenie jej w umowę bezterminową, o ile konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia co najmniej na jeden (nie dłuższy niż miesiąc) okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2013 r., poz. 267), Prezes Urzędu pismem z dnia 18 grudnia 2014 r. zawiadomił Spółkę o zakończeniu postępowania dowodowego w przedmiotowej sprawie, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami sprawy. Spółka nie skorzystała z możliwości zapoznania się z aktami sprawy.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił, co następuje.

Cyfrowy Polsat S.A. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy pod numerem 0000010078. Działalność telekomunikacyjna jest działalnością regulowaną i podlega również wpisowi do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Cyfrowy Polsat S.A. jest wpisana do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych pod

numerem 85. Spółka świadczy m.in. usługi rozprowadzania kodowanych programów telewizyjnych transmitowanych drogą satelitarną na obszarze całego kraju.

W ramach prowadzonej działalności Spółka zawiera z konsumentami umowy o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej na czas oznaczony (*Okres Podstawowy*) oraz na czas nieoznaczony.

Umowy na czas oznaczony zawarte do dnia 9 kwietnia 2014 r. po upływie okresu, na jaki zostały zawarte (*Okresu Podstawowego*), ulegały automatycznemu przekształceniu w umowy na kolejny czas oznaczony (*Okres Dodatkowy*), o ile konsument – nie później niż na trzy okresy rozliczeniowe przed upływem okresu podstawowego – nie złożył oświadczenia o rezygnacji (nieprzedłużeniu umowy) albo – co najmniej na jeden okres rozliczeniowy przed upływem okresu podstawowego – oświadczenia o woli przedłużenia umowy w zawartą na czas nieoznaczony.

Po przedłużeniu umowy na czas nieoznaczony strony umów zawartych do dnia 9 kwietnia 2014 r. mogły wypowiedzieć je z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia.

Przedstawiony model przedłużania okresu związania umową oraz stosowanego okresu wypowiedzenia przewidziany był postanowieniami stosowanego przez Spółkę wzoru umowy oraz regulaminu świadczenia usług.

Zgodnie z postanowieniem punktu 7 wzoru umowy stosowanego przez Spółkę (w wersji wykorzystywanej przy zawieraniu umów do dnia 9 kwietnia 2014 r.):

Umowa Abonencka zawarta jest na czas określony – Okres Podstawowy, jeżeli został on wskazany w Części A Umowy, z zastrzeżeniem odmiennych postanowień PWU¹ w zakresie Usług Dodatkowych.

- i. Umowa Abonencka zawarta na Okres Podstawowy ulega przedłużeniu na kolejne 12 miesięczne okresy (zwane dalej „Okresami Dodatkowymi”), chyba że w PWU przewidziano inny czas trwania Okresu Dodatkowego, zgodnie z warunkami przewidzianymi dla danej Usługi zamawianej na czas określony w PWU, o ile Abonent nie złoży na piśmie oświadczenia woli o przekształceniu Umowy w zawartą na czas nieokreślony, co najmniej na jeden Okres Rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania Okresu Podstawowego lub danego Okresu Dodatkowego.*
- ii. Nie później niż na trzy Okresy Rozliczeniowe przed upływem Okresu Podstawowego (lub odpowiednio danego Okresu Dodatkowego), Abonent jest uprawniony do złożenia oświadczenia na piśmie, iż wyraża wolę, aby Umowa Abonencka wygasła z ostatnim dniem Okresu Podstawowego (lub odpowiednio danego Okresu Dodatkowego).*

Zgodnie z postanowieniem punktu 11 zd. 1 ww. wzoru umowy: *Abonent i Cyfrowy Polsat uprawnieni są do rozwiązania Umowy Abonenckiej (w całym okresie jej obowiązywania) (...), z zachowaniem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec Okresu Rozliczeniowego, chyba że inną długość okresu wypowiedzenia zastrzeżono w PWU, przy czym wypowiedzenie rozpoczyna bieg w pierwszym dniu Okresu Rozliczeniowego*

¹ Promocyjnych Warunków Umowy.

następującego po Okresie Rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu Umowy Abonenckiej.

Jednocześnie, w §16 ust. 2 zd. 1 regulaminu świadczenia usług (w wersji z dnia 23 maja 2013 r.) przewidziano: *Z wyłączeniem Umów Abonenckich zawartych w ramach warunków promocyjnych (Promocyjne Warunki Umowy) i Umów Abonenckich zawartych na czas określony, zarówno Abonent, jak i Cyfrowy Polsat, uprawnieni są do rozwiązania Umowy Abonenckiej z zachowaniem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na koniec Okresu Rozliczeniowego, przy czym wypowiedzenie rozpoczyna bieg w pierwszym dniu Okresu Rozliczeniowego następującego po Okresie Rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu Umowy Abonenckiej.*

Jak wynika z wyjaśnień Cyfrowego Polsatu, wzorzec umowy określający 3-miesięczny okres wypowiedzenia (regulamin świadczenia usług) był stosowany przez Spółkę w okresie od dnia 1 listopada 2009 r. do dnia 25 marca 2014 r. (pismo Spółki z dnia 5 maja 2014 r.). Spółka w toku postępowania podkreśliła jednak, że nie prowadziła we wskazanym okresie jednego, spójnego repozytorium wzorców, którego analiza pozwoliłaby na określenie, czy w ww. ramach czasowych umożliwiała konsumentom zawarcie umowy na niestandardowych warunkach przewidujących krótszy niż 3-miesięczny okres wypowiedzenia. Jednocześnie, Spółka wyjaśniła, że najprawdopodobniej wszystkie umowy w ww. okresie zawierane na czas oznaczony przewidywały automatyczne przedłużenie umowy zawartej na czas oznaczony na kolejny czas oznaczony w przypadku niezłożenia przez konsumenta w stosownym terminie oświadczenia o braku woli kontynuacji umowy zawartej ze Spółką (pismo spółki z dnia 18 lipca 2014 r.). Na dzień 24 lipca 2013 r. Spółka nie stosowała okresów dodatkowych innych niż 12-miesięczne (pismo Spółki z dnia 24 lipca 2013 r.).

W dniu 27 marca 2014 r. w ramach tzw. *procesu akwizycyjnego* (zawieranie umów z nowymi abonentami) oraz w dniu 3 kwietnia 2014 r. w ramach tzw. *procesu utrzymania* (przedłużanie umów z obecnymi abonentami) Spółka wprowadziła do obrotu konsumenckiego nowe wzorce umów przewidujące: przedłużenie – po upływie okresu, na jaki została zawarta – umowy zawartej na czas oznaczony jedynie w umowę na czas nieoznaczony, o ile konsument nie złoży oświadczenia o treści przeciwnej co najmniej na jeden okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego, oraz skrócenie okresu wypowiedzenia do 2 miesięcy. Od dnia 10 kwietnia 2014 r. ww. wzorce są wyłączną podstawą zawieranych umów z konsumentami, co oznacza, że od przedmiotowej daty nie było możliwe zawarcie ze Spółką umowy w oparciu o wcześniej stosowane wzorce umów (pismo Spółki z dnia 18 lipca 2014 r.).

Zgodnie z postanowieniem punktów 7-8 wzoru umowy wprowadzonego przez Spółkę do obrotu konsumenckiego w dniu 27 marca 2014 r. oraz 3 kwietnia 2014 r.:

7. Umowa Abonencka zawarta jest na czas określony – Okres Podstawowy, jeżeli został on wskazany w Części A Umowy, z zastrzeżeniem odmiennych postanowień PWU w zakresie Usług Dodatkowych. (...)

8. Umowa Abonencka ulega po Okresie Podstawowym przedłużeniu na czas nieokreślony, o ile Abonent nie złoży na piśmie oświadczenia o woli rozwiązania Umowy z końcem Okresu

Podstawowego, co najmniej na jeden Okres Rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania Okresu Podstawowego.

Zgodnie z postanowieniem punktu 12 zd. 1 ww. wzoru umowy: Abonent i Cyfrowy Polsat uprawnieni są do rozwiązania Umowy Abonenckiej (w całym okresie jej obowiązywania) (...), z zachowaniem dwumiesięcznego Okresu Wypowiedzenia ze skutkiem na koniec Okresu Rozliczeniowego/ z zachowaniem dwumiesięcznego Okresu Wypowiedzenia ze skutkiem na koniec Okresu Rozliczeniowego, przy czym wypowiedzenie rozpoczyna bieg w pierwszym dniu Okresu Rozliczeniowego następującego po Okresie Rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu Umowy Abonenckiej².

Jednocześnie, w §16 ust. 2 zd. 1 regulaminu świadczenia usług (w wersji z dnia 26 marca 2014 r.) przewidziano: *Abonent, jak i Cyfrowy Polsat, uprawnieni są do rozwiązania Umowy Abonenckiej z zachowaniem dwumiesięcznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na koniec Okresu Rozliczeniowego.*

W toku postępowania Spółka wdrożyła również proces informowania konsumentów o stosowanym modelu przedłużania umowy, który obejmuje telefoniczne informowanie konsumenta o zbliżającym się terminie zakończenia czasu oznaczonego, na jaki umowa została zawarta, kierowanie do abonentów analogicznych komunikatów informacyjnych również drogą satelitarną (wyświetlane na ekranie odbiornika za pośrednictwem dekodera) oraz udostępnianie [***] w ramach Internetowego Centrum Klienta (iCOK) (pisma Spółki z dnia 18 lipca 2014 r., 16 września 2014 r. 9 października 2014. oraz 1 grudnia 2014 r.).

Prezes Urzędu zważył, co następuje.

Naruszenie interesu publicznego

Stosownie do art. 1 ust. 1 uokik ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstawę do rozstrzygnięcia przez Prezesa Urzędu sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Interes publiczny zostaje naruszony w szczególności wówczas, gdy określonymi działaniami przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska, powodując zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu (por. wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 24 października 1991 r., sygn. akt XVII Amr 8/90). W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy mogli być narażeni na negatywne skutki praktyki stosowanej przez Spółkę. Interes publiczny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Z uwagi na to, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez Spółkę interesu publicznego, możliwe jest poddanie kwestionowanych działań Cyfrowego Polsatu dalszej ocenie w świetle

² Brzmienie punktu 12 różni się w zależności od wykorzystywanego wzoru.

przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, pod kątem stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Uprawdopodobnienie stosowania przez Cyfrowy Polsat S.A. praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 uokik stanowi, iż przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Konsumentem w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny, tj. Dz. U. z 2014 r., poz. 121 ze zm., w zw. z art. 4 pkt 12 uokik). Zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. przepisami określonych aktów prawnych oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. W związku z powyższym, dla uznania działania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, iż spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

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

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

Prezes Urzędu może zatem wydać decyzję zobowiązującą, jeżeli spełnione są łącznie dwie przesłanki: i) w trakcie postępowania administracyjnego uprawdopodobniono, że przedsiębiorca stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz ii) przedsiębiorca zobowiązał się do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom. Uprawdopodobnienie w omawianym przypadku oznacza, że Prezes Urzędu odstępuje od udowodnienia określonych faktów.

Ad A)

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

Cyfrowy Polsat S.A. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy pod numerem 0000010078, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług rozprowadzania kodowanych programów telewizyjnych transmitowanych drogą satelitarną na obszarze całego kraju. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym, Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ad B)

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

Bezprawność działań przedsiębiorcy w przypadku zarzutu określonego w pkt I.i rozstrzygnięcia decyzji

Zgodnie z art. 57 ust. 5 Pt, warunki umowy o świadczenie publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, w tym o zapewnienie przyłączenia do sieci, nie mogą uniemożliwiać lub utrudniać abonentowi korzystania z prawa do zmiany dostawcy usług świadczącego publicznie dostępne usługi telekomunikacyjne. Wskazany przepis ustanawia zakaz kształtowania treści umów w taki sposób, aby uniemożliwić abonentom lub choćby utrudniać im zmianę dostawcy usług telekomunikacyjnych. Przedmiotowe utrudnienia mogą mieć charakter finansowy, organizacyjny, a także dotyczyć innych aspektów sfery interesów konsumentów, od których uzależniają oni wybór dostawcy usług.

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

Przyjęty przez Spółkę 3-miesięczny okres wypowiedzenia umowy, w szczególności w kontekście stosowanego przez Spółkę modelu przedłużenia umowy zawartej na czas oznaczony na czas nieoznaczony, może utrudniać abonentom zmianę dostawcy usług telekomunikacyjnych, a w konsekwencji naruszać art. 57 ust. 5 Pt. Termin ten, niezależnie jednak od sposobu, w jaki doszło do zawarcia (przedłużenia) umowy na czas nieoznaczony należy uznać za rażąco długi w kontekście zarówno potrzeb konsumenta, jak i koniecznych przygotowań Spółki do rozwiązania umowy z konsumentem (technicznych, organizacyjnych).

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

3-miesięczny okres wypowiedzenia uznać należy za czynnik utrudniający zmianę dostawcy usług zarówno ze względów ekonomicznych, jak i organizacyjnych. Konsument przed podjęciem decyzji o zmianie dostawcy usług dokonuje oceny opłacalności nowej oferty z uwzględnieniem kosztów, które zmuszony byłby ponieść w związku z zakończeniem stosunku umownego łączącego go z dotychczasowym usługodawcą. W przedmiotowym stanie faktycznym konsument w ramach powyższej kalkulacji musiałby uwzględnić koszty, które poniósłby w związku z koniecznością uiszczenia przez cały okres wypowiedzenia opłat abonamentowych za usługi świadczone przez dotychczasowego dostawcę, nawet jeśli nie miałby zamiaru z nich korzystać ze względu na rozpoczęcie świadczenia usług przez nowego dostawcę usług. Konsument, chcąc więc skorzystać z aktualnie oferowanych przez

konkurenta swojego dotychczasowego dostawcy usług promocyjnych warunków umowy, zmuszony byłby w pierwszych miesiącach obowiązywania nowej umowy do uiszczenia „podwójnej” opłaty abonamentowej. W konsekwencji, po uwzględnieniu kosztów wypowiedzenia umowy, nowa oferta mogłaby się okazać dla konsumenta mniej korzystna pod względem finansowym, co mogłoby niechęć go do zmiany dostawcy usług.

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

Tym samym, konsument staje przed dylematem, czy wypowiedzieć umowę, licząc na to, że wybrana przez niego oferta konkurencyjnego dostawcy usług będzie dostępna po zakończeniu 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia, czy też związać się od razu wybraną ofertą dostępną u innego przedsiębiorcy, ponosząc jednocześnie opłaty abonamentowe w okresie wypowiedzenia u dotychczasowego operatora. W pierwszym przypadku konsument musi liczyć się z tym, że oferty dostępne na rynku po 3-miesięcznym okresie wypowiedzenia mogą być mniej korzystne niż w momencie złożenia wypowiedzenia, co może zniechęcać go do podjęcia decyzji o zmianie dostawcy usług. W drugiej zaś sytuacji konsument ponosi konsekwencje finansowe złożenia przez niego wypowiedzenia umowy, tj. konieczność ponoszenia „podwójnych” opłat abonamentowych w 3-miesięcznym terminie wypowiedzenia, co również może utrudniać konsumentowi zmianę dostawcy usług. W rezultacie konsument może zdecydować o pozostaniu abonentem dotychczasowego dostawcy usług, mimo że oferowane przez niego usługi (w szczególności zawartość programowa, cena świadczonych usług) mogą nie w pełni odpowiadać potrzebom abonenta.

W tym miejscu należy wskazać, że długość okresu wypowiedzenia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych powinna pozostawać w relacji z czasem niezbędnym do udostępnienia lub wstrzymania przekazywania konsumentowi sygnału np. telewizji satelitarnej i nie przekraczać okresu 1 miesiąca. Spółka nie przedstawiła okoliczności (uwarunkowań technicznych, organizacyjnych itp. związanych z obsługą przez Spółkę wypowiedzenia złożonego przez konsumenta) przemawiających za przyjęciem przez Spółkę 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia, wskazując jedynie na powszechność tak długiego okresu wypowiedzenia wśród dostawców usług dostępu do telewizji satelitarnej. Należy jednak podkreślić, że standardowym okresem wypowiedzenia zawartej na czas nieoznaczony umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, którą to usługą jest usługa dostępu zarówno do telewizji satelitarnej, jak i kablowej, jest 1 miesiąc³. Ewentualne różnice mogą dotyczyć m.in. tego, czy wypowiedzenie odnosi skutek z końcem okresu rozliczeniowego następującego po okresie, w którym nastąpiło wypowiedzenie czy też po upływie 1 miesiąca kalendarzowego. Jednocześnie, na rynku usług telekomunikacyjnych zdarzają się również przypadki stosowania przez dostawców usług telekomunikacyjnych krótszych niż miesiąc kalendarzowy okresów wypowiedzenia, co wskazuje na możliwość

³ Wyniki badania rynku przedsiębiorców telekomunikacyjnych przeprowadzonego w ramach postępowania o sygn. DDK-401-2/14/KA, według stanu na dzień 5 maja 2014 r.

istotnego skracania przez przedsiębiorców czasu obsługi (technicznej, prawnej) konsumentów⁴.

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

Bezprawność działań przedsiębiorcy w przypadku zarzutu określonego w pkt I.ii rozstrzygnięcia decyzji

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), dalej również jako: „upnpr”, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorcę wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Stosowanie przez Spółkę postanowień wzorców umów wykorzystywanych w obrocie konsumenckim przewidujących automatyczne przedłużenie umowy zawartej na czas oznaczony w kolejną umowę na czas oznaczony – w sytuacji niezłożenia przez konsumenta w terminie wskazanym w umowie oświadczenia o treści przeciwnej – może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 4 ust. 1 upnpr.

Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny, *sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...) czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania*⁵. W stosunkach z konsumentami „dobry obyczaj” powinien wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. W takich stosunkach szczególne znaczenie mają te oceny zachowań podmiotów w świetle dobrych obyczajów, które odwołują się do takich wartości jak: szacunek wobec partnera, uczciwość, szczerowość, zaufanie, lojalność, rzetelność i fachowość⁶.

Zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta polega na podjęciu lub możliwości podjęcia określonej decyzji dotyczącej umowy, której – wobec innego (uczciwego) zachowania (praktyki rynkowej) przedsiębiorcy – konsument mógłby nie podjąć lub mógłby podjąć decyzję odmienną.

Sprzeczność z dobrymi obyczajami

W niniejszej sprawie za dobry obyczaj należy uznać prawo do zakończenia istnienia łączącego strony stosunku prawnego poprzez upływ czasu na jaki została zawarta umowa na

⁴ *Ibidem*.

⁵ K. Pietrzykowski red., *Kodeks cywilny. Komentarz*, Warszawa 2002 r., s. 804.

⁶ A. Olejniczak, *Komentarz do art. 385 (1) kodeksu cywilnego*, pkt 10 [w:] A. Kidyba (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz*. Tom III. Zobowiązania – część ogólna, LEX, 2010.

czas oznaczony lub wypowiedzenie umowy zawartej na czas nieoznaczony, bez konieczności wykonywania przez konsumenta dodatkowych obowiązków nałożonych jednostronnie przez silniejszą stronę stosunku prawnego (przedsiębiorcę) mających na celu niedopuszczenie do automatycznego przedłużenia umowy zawartej na czas oznaczony o kolejny czas oznaczony, których treść na etapie zawierania umowy nie mogła być kwestionowana przez słabszą stronę stosunku prawnego (konsumenta).

Sprzeczność przedmiotowej praktyki Spółki z dobrymi obyczajami polega więc na zawieraniu umów o świadczenie usług na kilkunastomiesięczne okresy podstawowe oraz przerzuceniu na konsumenta obowiązku podejmowania aktywnych działań w celu niedopuszczenia do przedłużenia umowy zawartej na czas oznaczony na kolejny czas oznaczony.

Możliwość przedłużenia umowy przez abonenta na kolejny czas oznaczony powinna być alternatywą swobodnie przez niego wybieraną (poprzez działanie konsumenta, a nie jego zaniechanie). Konsument powinien mieć możliwość otrzymania od Spółki propozycji przedłużenia umowy (oferty), obejmującej informacje o warunkach, na których umowa uległa przedłużeniu, w tym cenę świadczonych usług czy wysokość udzielonej ulgi, która nie musi być udzielona w tej samej wysokości jak przy pierwszej zawieranej umowie. Decyzja dotycząca oferty przedsiębiorcy (jej przyjęcie lub odrzucenie) powinna być przez konsumenta podjęta w sposób świadomy i wyrażona poprzez złożenie stosownego oświadczenia woli, które nie może zostać wywiedzione w sposób dorozumiany z braku złożenia przez konsumenta oświadczenia woli o treści przeciwnej.

W tym miejscu należy zaznaczyć, że umowa na czas oznaczony nie musi bezwzględnie ulegać rozwiązaniu z końcem okresu na jaki została zawarta. Dopuszczalne jest bowiem automatyczne jej przedłużenie w umowę na czas nieoznaczony na podstawie stosownych postanowień umowy, jeżeli konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia, pod warunkiem jednak przekazania konsumentowi informacji o automatycznym przedłużeniu umowy nie tylko przy zawieraniu umowy, lecz także w okresie poprzedzającym termin na złożenie ww. oświadczenia. Praktyka taka nie jest uznawana za niedozwoloną z racji tego, że rozwiązanie umowy zawartej na czas nieoznaczony nie pociąga za sobą konsekwencji finansowych dla konsumenta (obowiązku zwrotu ulgi przyznanej przy zawieraniu umowy zgodnie z art. 57 ust. 6 ustawy Prawo telekomunikacyjne).

Ocena dopuszczalności stosowania przez przedsiębiorcę modelu automatycznego przedłużania umowy na czas oznaczony w umowę na czas nieoznaczony każdorazowo dokonywana musi być jednak również z uwzględnieniem mechanizmów informacyjnych stosowanych przez przedsiębiorcę. Szczególnie istotne, zwłaszcza w kontekście umów zawieranych na kilkanaście czy kilkadziesiąt miesięcy, jest efektywne przekazanie konsumentom informacji o dacie końca czasu oznaczonego umowy, skutkach złożenia przeciwnego oświadczenia, opłatach, które konsument ponosiłby w czasie nieoznaczonym umowy, oraz o uprawnieniu konsumenta do rezygnacji z przedłużenia umowy, co nastąpić powinno w sposób (w terminie i formie) umożliwiający konsumentowi realną możliwość zapoznania się z przekazanymi informacjami oraz podjęcie swobodnej decyzji co do dalszego związania stosunkiem umownym. Termin na złożenie oświadczenia o braku woli przedłużenia umowy powinien pozostawać w relacji z czasem niezbędnym do udostępnienia lub wstrzymania przekazywania konsumentowi sygnału np. telewizji satelitarnej.

Zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta

Aby dokonać oceny, czy działania Spółki w istotny sposób zniekształcają lub mogą zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu, konieczne jest ustalenie w przedmiotowej sprawie modelu przeciętnego konsumenta. W odniesieniu bowiem do przeciętnego konsumenta dokonywana jest ocena zniekształcenia jego zachowania rynkowego przez praktykę rynkową przedsiębiorcy. Zgodnie z art. 2 pkt 8 upnpr, przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonać się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna czy umysłowa.

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

Brak jest podstaw do wyróżniania – w świetle kwestionowanej praktyki – szczególnej grupy konsumentów, których działanie Spółki mogło dotyczyć. Grupę kontrahentów Spółki tworzą bowiem osoby dorosłe (tylko takie mogą być stroną umowy ze Spółką) zainteresowane odbiorem telewizji satelitarnej (niezależnie od oferty programowej), które znajdują się w obszarze świadczenia usług przez Cyfrowy Polsat, a zatem na terenie całego kraju, w obszarach, gdzie dostępny jest sygnał Spółki.

Przedmiotowa praktyka Spółki może istotnie zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy poprzez obciążenie go obowiązkiem podejmowania działań mających na celu niedopuszczenie do automatycznego przedłużenia umowy zawartej na czas oznaczony o kolejny czas oznaczony. Konsument może również – często po upływie kilku lat od zawarcia umowy – nie pamiętać, jaki model przedłużenia umowy przyjęty został przez przedsiębiorcę, z którym ma zawartą umowę. Na rynku usług telekomunikacyjnych powszechną praktyką – w sytuacji niezłożenia przez konsumenta oświadczenia o braku woli kontynuowaniu umowy – jest automatyczne przedłużenie umowy na czas nieoznaczony⁷. Konsument więc, mając świadomość istnienia takiej praktyki, może nie złożyć żadnego oświadczenia woli (o rezygnacji z kontynuowania umowy bądź o zgodzie na przedłużenie umowy na czas nieoznaczony), będąc przekonany, że może to zrobić w każdym momencie po upływie terminu, na jaki umowa pierwotna została zawarta, bez

⁷ Wyniki badania rynku przedsiębiorców telekomunikacyjnych przeprowadzonego w ramach postępowania o sygn. DDK-401-2/14/KA, według stanu na dzień 5 maja 2014 r.

ponoszenia finansowych konsekwencji wykraczających poza konieczność uiszczenia opłaty abonamentowej w okresie wypowiedzenia umowy. Konsekwencją ww. niedopatrzenia będzie dla konsumenta bądź obowiązek ponoszenia przez niego opłat abonamentowych przez kilkunastomiesięczny okres dodatkowy, bądź obowiązek zwrotu udzielonej ulgi, zgodnie z art. 57 ust. 6 Pt, w sytuacji jednostronnego rozwiązania umowy przez konsumenta, wobec którego nastąpiło automatyczne przedłużenie umowy.

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

Ad C)

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów pewnej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Ochrona zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne w tym znaczeniu, że mogą dotknąć każdego konsumenta będącego lub mogącego być potencjalnie kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony są zatem interesy wszystkich aktualnych lub potencjalnych klientów – traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 10 lipca 2008 r., sygn. akt VI ACa 306/08).

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

Nie ulega wątpliwości, że działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Dla stwierdzenia godzenia w zbiorowe interesy konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest

kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Jak podnosi się w doktrynie, w pojęciu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mieści się także działanie przedsiębiorcy skierowane wprawdzie do oznaczonych (zindywidualizowanych) konsumentów, o ile przy tym konsumentów tych łączy jakaś wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie – z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę – zbiorowością przypadkowych jednostek, lecz stanowiącą określoną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy (zob. M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy 2004/17/791). Należy zatem przyjąć, że zbiorowy interes konsumentów nie musi odnosić się do nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować, gdyż indywidualizacja konsumentów nie sprzeciwia się możliwości wyodrębnienia kategorii bądź zbioru konsumentów o pewnych cechach. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu.

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z godzeniem w zbiorowe interesy konsumentów. Na praktyki Spółki mógł być narażony każdy konsument – potencjalny abonent Cyfrowego Polsatu. Praktyki te wymierzone są bowiem nie tylko we wszystkich aktualnych odbiorców usług świadczonych przez przedsiębiorcę w oparciu o standardowe warunki umowy, lecz także we wszystkich jego potencjalnych kontrahentów, którzy mogli lub mogą zawrzeć z nim umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

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

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

W niniejszej sprawie mogło dojść do naruszenia interesu gospodarczego konsumentów poprzez dopuszczenie się przez Cyfrowy Polsat S.A. stosowania bezprawnych praktyk zarówno w aspekcie ekonomicznym, jak i pozaekonomicznym.

W przypadku praktyki Spółki opisanej w pkt. I.i rozstrzygnięcia decyzji majątkowy uszczerbek po stronie konsumenta polega na konieczności ponoszenia przez konsumenta opłat abonamentowych przez okres co najmniej 3 miesięcy od dnia złożenia wypowiedzenia umowy, ewentualnie na możliwości ponoszenia opłat abonamentowych przez okres kolejnych co najmniej 3 miesięcy wraz z jednoczesnym uiszczaniem opłat abonamentowych u innego przedsiębiorcy telekomunikacyjnego, jak również na utracie możliwości skorzystania z konkretnej, korzystnej finansowo oferty innego przedsiębiorcy z uwagi na związanie umową ze Spółką przez okres co najmniej 3 miesięcy. Aspekt pozaekonomiczny naruszenia interesów konsumentów w niniejszej sprawie polega na uciążliwości kontraktowania

i przejawia się w rezygnacji ze skorzystania przez konsumenta z atrakcyjniejszej dla niego oferty konkurenta przedsiębiorcy.

Odnośnie do praktyki Spółki opisaną w pkt. I.ii rozstrzygnięcia decyzji należy wskazać, że majątkowy charakter naruszenia interesu gospodarczego konsumentów przejawia się w konieczności ponoszenia przez konsumenta opłat abonamentowych – niekoniecznie w wysokości konkurencyjnej w stosunku do dostępnych na rynku ofert – przez kolejny okres związania umową (12 miesięcy) lub dokonania przez konsumenta zwrotu przyznanej przy zawieraniu umowy ulgi, zgodnie z art. 57 ust. 6 Pt, w przypadku wypowiedzenia przez konsumenta umowy po jej automatycznym przedłużeniu na czas oznaczony.

Mając powyższe na względzie, należy uznać za uprawdopodobnione, że opisane w pkt. I.i i I.ii rozstrzygnięcia niniejszej decyzji praktyki Spółki naruszają zbiorowy interes konsumentów.

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

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

W przedmiotowej sprawie zobowiązanie składa się z działań podejmowanych względem trzech głównych grup konsumentów określonych w pkt. I rozstrzygnięcia decyzji, tj.:

- konsumentów, którzy będą zawierać umowy o świadczenie usług od dnia 29 grudnia 2014 r.,
- dotychczasowych abonentów Spółki (konsumentów), którzy od dnia 10 kwietnia 2014 r. a przed dniem 29 grudnia 2014 r. zawarli ze Spółką umowy o świadczenie usług przewidujące inny niż jednomiesięczny okres wypowiedzenia umowy, z uwzględnieniem odmiennej sytuacji abonentów, którzy od dnia 29 grudnia 2014 r. będą zmieniać (przedłużać) zawarte przed tym terminem umowy,
- dotychczasowych abonentów Spółki (konsumentów), którzy zawarli ze Spółką umowy o świadczenie usług przed dniem 10 kwietnia 2014 r. i których umowy przewidują inny niż jednomiesięczny okres wypowiedzenia umowy oraz przedłużanie się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w kolejną umowę na czas oznaczony w sytuacji niezłożenia przez abonenta w terminie wskazanym w umowie oświadczenia o treści przeciwnej, z uwzględnieniem odmiennej sytuacji

abonentów, którzy od dnia 29 grudnia 2014 r. będą zmieniać (przedłużać) zawarte przed tym terminem umowy.

Podział konsumentów na ww. grupy był konieczny z uwagi na odmienność sytuacji faktycznej, w której znajdują się w chwili wydania przedmiotowej decyzji, oraz zróżnicowany zakres działań możliwych do podjęcia w bliskiej perspektywie czasowej przez Spółkę w stosunku do ww. grup konsumentów.

Zobowiązanie Spółki obejmuje:

- wprowadzenie do wzorców umów wykorzystywanych przy zawieraniu lub przedłużaniu od dnia 29 grudnia 2014 r. umów z konsumentami postanowień przewidujących:
 - możliwość rozwiązania umowy abonenckiej z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej,
 - przekształcenie się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w umowę zawartą na czas nieoznaczony, o ile konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia co najmniej na jeden (nie dłuższy niż miesiąc) okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego,
- zmianę warunków umów zawartych przed dniem 29 grudnia 2014 r. obejmującą:
 - skrócenie okresu wypowiedzenia umowy z 3 miesięcy (dotyczy umów zawartych przed dniem 10 kwietnia 2014 r.) lub 2 miesięcy (dotyczy umów zawartych od dnia 10 kwietnia 2014 r.) do 1 miesiąca,
 - zmianę modelu przedłużania umowy z wariantu automatycznego przedłużania umowy zawartej na czas oznaczony w kolejną umowę na czas oznaczony (w przypadku niezłożenia przez konsumenta oświadczenia o treści przeciwnej w terminie wskazanym w umowie) na model przekształcenia umowy zawartej na czas oznaczony w umowę na czas nieoznaczony (w przypadku niezłożenia przez konsumenta oświadczenia o treści przeciwnej w terminie wskazanym w umowie) (dotyczy umów zawartych przed dniem 10 kwietnia 2014 r.);
- prowadzenie za pośrednictwem strony internetowej kampanii informacyjnej obejmującej informowanie o planowanej zmianie wzorców umów.

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

Na podstawie art. 28 ust. 2 uokik Prezes Urzędu, wydając decyzję nakładającą obowiązek wykonania zobowiązania przyjętego przez przedsiębiorcę, może określić termin jego wykonania. Biorąc pod uwagę niejednorodny charakter zobowiązania Spółki i różne

wymagania czasowe i organizacyjne związane z wdrożeniem zmian we wzorcach umów stosowanych przy zawieraniu umów z nowymi klientami oraz w tych, w oparciu o które doszło do zawarcia umowy z dotychczasowymi abonentami Spółki (zmiana warunków umowy), Prezes Urzędu zróżnicował termin wykonania działań składających się na zobowiązanie Spółki. Prezes Urzędu w szczególności uwzględnił czasochłonność czynności faktycznych koniecznych do podjęcia przez przedsiębiorcę w związku ze zmianą, zgodnie z postanowieniami art. 60a Pt, warunków umów wszystkich aktualnych abonentów Spółki.

Zmiana wzorców umów w stosunku do aktualnych abonentów Spółki (tj. konsumentów, którzy zawarli umowy przed dniem 29 grudnia 2014 r.) obejmuje konieczność korespondencyjnego (w formie pisemnej lub elektronicznej) powiadomienia abonentów o planowanych zmianach (w tym sporządzenia, wydrukowania, zakopertowania, nadania korespondencji itp.) oraz umożliwienia podjęcia abonentom decyzji co do dalszego związania stosunkiem umownym w odpowiednim terminie (nie krótszym niż miesiąc). Działanie to nie jest możliwe do zrealizowania bez uszczerbku dla funkcjonowania Spółki w stosunku do wszystkich dotychczasowych abonentów Spółki (zmianami zostanie objętych [***]) w okresie krótszym niż kilka miesięcy i w terminie wspólnym dla wszystkich abonentów.

Z ramowego harmonogramu przekazanego przez Spółkę w toku postępowania administracyjnego (pismo Spółki z dnia 17 grudnia 2014 r.) wynika, iż [***]. Przesyłanie ww. informacji zakończone zostanie zaś w czerwcu 2015 r. [***] – w stosunku do poszczególnych grup abonentów zmienione warunki umów wchodzić będą w życie w terminach wskazanych w pismach wchodzących w skład poszczególnych transz wysyłki (o czym Spółka dodatkowo informować będzie na stronie internetowej). Tym samym, każdego miesiąca grupa osób dotknięta kwestionowanymi przez Prezesa Urzędu praktykami będzie ulegać stopniowemu zmniejszeniu. Mając na uwadze termin wysyłki ostatniej transzy pism informujących o zmianie wzorców umów (czerwiec 2015 r.), zmienione warunki umów wejdą w życie w stosunku do ostatniej grupy abonentów Spółki w lipcu 2015 r.

W związku z powyższym, Prezes Urzędu ustalił termin wykonania działań stanowiących zobowiązanie Spółki, opisanych w pkt. I.3-4 rozstrzygnięcia decyzji, do dnia 31 lipca 2015 r.

Jednocześnie, biorąc pod uwagę naturę działań opisanych w pkt. I.1-2 rozstrzygnięcia decyzji (wprowadzenie nowych wzorców umów, zmiana procesu obsługi klienta), których efektywne wdrożenie może nastąpić w jednym terminie i nie wymaga zastosowania szczegółowej procedury określonej przepisami prawa, Prezes Urzędu ustalił termin wykonania działań stanowiących zobowiązanie Spółki, opisanych w pkt. I.1-2 rozstrzygnięcia decyzji, na dzień 29 grudnia 2014 r.

Odnosnie do działań informacyjnych, obejmujących modyfikację treści strony internetowej Spółki, Prezes Urzędu uwzględnił konieczność zsynchronizowania prowadzonej kampanii informacyjnej z działaniami związanymi ze zmianą warunków umów dotychczasowych abonentów Spółki, które stanowią zobowiązanie Spółki, opisane w pkt. I.3-4 rozstrzygnięcia decyzji. W związku z powyższym, Prezes Urzędu ustalił termin wykonania działań stanowiących zobowiązanie Spółki, opisanych w pkt. I.5 rozstrzygnięcia decyzji, od daty rozpoczęcia wysyłania konsumentom Spółki zawiadomień o planowanych zmianach treści wzorców umownych.

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

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

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

1. zmienionych i stosowanych w terminie od dnia 29 grudnia 2014 r. wobec nowych abonentów Spółki wzorców umów przewidujących możliwość rozwiązania umowy abonenckiej z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej, oraz przekształcenie się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w umowę zawartą na czas nieoznaczony, o ile konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia co najmniej na jeden (nie dłuższy niż miesiąc) okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego;
 2. 5 umów (wraz z kompletem załączników) zawartych z konsumentami w okresie od dnia 29 grudnia 2014 r. do dnia 29 stycznia 2015 r. w oparciu o wzorce umów zmienione w sposób opisany w pkt. I.1 rozstrzygnięcia decyzji;
 3. 5 umów (wraz z kompletem załączników) zawartych z konsumentami przed dniem 29 grudnia 2014 r., zmienionych (przedłużonych) po tej dacie, a przed dniem 29 stycznia 2015 r. w oparciu o wzorce umów zmienione w sposób opisany w pkt. I.2 rozstrzygnięcia decyzji
- w terminie 60 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji;
4. 24 imiennych informacji o zmianie warunków umowy obejmującej wprowadzenie do wzorców umów postanowień przewidujących możliwość rozwiązania umowy abonenckiej z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na koniec okresu rozliczeniowego następującego po okresie rozliczeniowym, w którym drugiej stronie doręczono oświadczenie o wypowiedzeniu umowy abonenckiej, oraz przekształcenie się umowy zawartej na czas oznaczony (okres podstawowy) – po upływie okresu podstawowego – w umowę zawartą na czas nieoznaczony, o ile konsument nie złoży przeciwnego oświadczenia co najmniej na jeden (nie dłuższy niż miesiąc) okres rozliczeniowy przed upływem terminu obowiązywania okresu podstawowego, wraz ze wszystkimi załącznikami oraz dowodem nadania, wysłanych do abonentów w

okresie od dnia 1 stycznia 2015 r. do dnia 30 czerwca 2015 r. (po 4 z każdego miesiąca);

5. zrzutów ekranu potwierdzających prowadzenie kampanii informacyjnej, o której mowa w pkt I. 5 rozstrzygnięcia decyzji;
6. pisemnego sprawozdania podsumowującego wykonanie zobowiązań, o których mowa w pkt I.1-5 rozstrzygnięcia decyzji uwzględniającego w szczególności:
 - c) wskazanie liczby konsumentów, do których zostały wysłane informacje, o których mowa w pkt I.3 i I.4 rozstrzygnięcia decyzji,
 - d) wskazanie terminów, w których nastąpiła wysyłka informacji, o których mowa w pkt I.3 i I.4 rozstrzygnięcia decyzji, z uwzględnieniem wskazanych w ww. pismach terminów na wypowiedzenie przez abonenta umowy z powodu braku akceptacji proponowanych przez Spółkę zmian

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

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

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz. U. z 2014 r. poz. 101 ze zm.), od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

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

Otrzymują:

[...]