

**PREZES URZĘDU  
OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
DELEGATURA WE WROCŁAWIU**

---

50-413 Wrocław, ul. Walońska 3-5  
tel. (0-71) 34 46 587, (0-71) 34 05 920, fax (0-71) 34 05 922  
E-mail: wroclaw@uokik.gov.pl

---

RWR 53-s-1/2000/ZJ/

Wrocław, dn. 2001-09-25

Decyzja DL WR 23 /2001

Na podstawie:

I. art. 104 kpa i art. 11 ust. 1 w związku z art. 8 ust. 2 pkt 5 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 122, poz. 1319), w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po rozpoznaniu sprawy wszczętej na wniosek Telewizji Kablowej "VECTRA" SA z siedzibą w Elblągu przeciwko UPC Telewizja Kablowa Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nie stwierdza się stosowania przez UPC Telewizja Kablowa Sp. z o.o. praktyk ograniczających konkurencję, polegających na nadużywaniu pozycji dominującej na lokalnym rynku świadczenia usług telewizji kablowej w Wałbrzychu, Dzierżoniowie i Bielawie na skutek:

- a. przeciwdziałania ukształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania bądź rozwoju konkurencji w wyniku ustalenia w ww. miastach opłat abonamentowych w wysokości 24,99 zł, podczas gdy na innych rynkach pobierane opłaty abonamentowe za takie same pakiety programowe wynoszą od 35,38 zł do 38 zł;
- b. przeciwdziałania ukształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania bądź rozwoju konkurencji w wyniku oferowania usług telewizji kablowej po obniżonej cenie tylko na terenie ww. miast;

II. art. 104 kpa i art. 11 ust. 1 w związku z art. 8 ust. 2 pkt 3 w.w. ustawy w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po rozpoznaniu sprawy wszczętej na wniosek Telewizji Kablowej "VECTRA" SA z siedzibą w Elblągu przeciwko UPC Telewizja Kablowa Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nie stwierdza się stosowania przez UPC Telewizja Kablowa Sp. z o.o. praktyki ograniczającej konkurencję, polegającej na nadużywaniu pozycji dominującej na lokalnym rynku świadczenia usług telewizji kablowej w Wałbrzychu, Dzierżoniowie i Bielawie na skutek:

a. stosowania w podobnych umowach z osobami trzecimi uciążliwych lub niejednorodnych warunków umów, stwarzających tym osobom zróżnicowane warunki konkurencji, poprzez oferowanie innym operatorom telewizji kablowej programów, na dystrybucję których UPC Telewizja Kablowa Sp. z o.o. posiada wyłączność na terenie Polski, na warunkach ich dyskryminujących, przy braku alternatywnych źródeł zaopatrzenia;

**UZASADNIENIE**

I. W dniu 31 sierpnia 2000 r. wpłynął wniosek Telewizji Kablowej "VECTRA" S.A. z siedzibą w Elblągu, zwaną dalej "VECTRA", z żądaniem wszczęcia postępowania

administracyjnego przeciwko UPC Telewizja Kablowa Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, zwaną dalej UPC, w sprawie stosowania praktyk monopolistycznych. W uzasadnieniu wniosku pełnomocnik Vectry podniósł, iż UPC wprowadziła w czerwcu 2000 r. na terenie miast Dzierżoniów, Bielawa i Wałbrzych promocję, polegającą na ustaleniu abonamentu za pełny pakiet programów telewizji kablowej, zawierający m.in. Wizję Sport, na kwotę 24,99 zł co stanowiło niższą niż dotychczas i obowiązującą nadal na innych rynkach - 35,38 zł. Promocja miała obowiązywać od sierpnia 2000r. do końca 2001r. Jednocześnie z obniżeniem abonamentu miesięcznego UPC wprowadził promocję kanału filmowego HBO, który abonenci pakietu podstawowego mieli otrzymywać w tym okresie bezpłatnie, gdy cena HBO w innych sieciach kablowych UPC wynosiła 35 złotych, a w pakiecie z Wizją Sport 45 złotych. Cena ta jest ceną rażąco zaniżoną w stosunku do cen stosowanych dotychczas przez UPC za takie same pakiety oraz stosowanych nadal w innych rejonach kraju. Zdaniem pełnomocnika cena ta jest niższa niż koszty zakupu przez UPC programów objętych pakietem.

Opisana promocja stanowiła zdaniem pełnomocnika Vectry także niedozwoloną praktykę polegającą na podziale rynku według kryteriów terytorialnych. Ograniczenie promocji jedynie do miast Bielawy, Dzierżoniowa i Wałbrzycha, w których oprócz UPC działają jeszcze co najmniej dwaj inni operatorzy telewizji kablowej (Vectra w wymienionych trzech miastach i Satkabel w Wałbrzychu) ma na celu eliminację tych operatorów z rynku tych miast. Jediną przesłanką sprzedaży przez UPC usług po cenach dumpingowych tylko w wybranych miejscowościach, jest nie tyle pozyskanie nowych klientów, którzy nie są jeszcze związani z jakimkolwiek operatorem, lecz odebranie klientów innym operatorom.

Ponadto zarzucał UPC, iż będąc producentem programów telewizyjnych jak Wizja 1, Wizja Sport, Wizja Pogoda oraz posiadaczem praw wyłącznych na rozpowszechnianie wielu popularnych programów telewizyjnych w polskiej wersji językowej narzuca operatorom sieci kablowych działającym w Polsce niezwykle uciążliwe warunki umów, polegające przede wszystkim na narzucaniu wygórowanych cen i uzależnianiu rabatu od przyjęcia całego pakietu programów. Proponowane przez UPC warunki zakupu rozprowadzanych programów są nie do przyjęcia dla wielu operatorów sieci kablowych, co będzie skutkowało eliminacją tych operatorów z rynku.

(k.1-9)/

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura we Wrocławiu pismem z dnia 7 listopada 2000r. zawiadomił strony o wszczęciu postępowania administracyjnego przeciwko UPC Telewizja Kablowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie o stosowanie praktyk monopolistycznych polegających na nadużywaniu pozycji dominującej na lokalnym rynku usług telewizji kablowej w Dzierżoniowie, Bielawie, Wałbrzychu w wyniku:

1. przeciwdziałania ukształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania bądź rozwoju konkurencji poprzez ustalenie w ww. miastach opłat abonamentowych w wysokości 24,99 zł, podczas gdy na innych rynkach pobierane opłaty abonamentowe za takie same pakiety programowe wynoszą od 35,38 zł do 38 zł, co może stanowić naruszenie art. 5 ust. 1 pkt 1 ustawy antymonopolowej,
2. podziału rynku według kryteriów terytorialnych poprzez oferowanie usług telewizji kablowej po obniżonej cenie tylko na terenie ww. miast, co może stanowić naruszenie art. 5 ust. 1 pkt 2 ustawy antymonopolowej,
3. oferowania innym operatorom telewizji kablowej programów, na dystrybucję których UPC posiada wyłączność na terenie Polski, na warunkach ich dyskryminujących, przy braku alternatywnych źródeł zaopatrzenia, co może stanowić naruszenie art. 5 ust. 1 pkt 4 ustawy antymonopolowej.

(k. 35-36 i 49-50)

W dniu 9 kwietnia Prezes Urzędu, w związku z wejściem w życie ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 122, poz. 1319)*, zmienił, na podstawie art. 113 ww. ustawy, kwalifikację zarzucanych UPC praktyk na:

1. naruszenie art. 8 ust. 2 pkt 5 ww. ustawy polegające na nadużywaniu pozycji dominującej na lokalnym rynku usług telewizji kablowej w Dzierżoniowie, Bielawie, Wałbrzychu poprzez przeciwdziałanie ukształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania bądź rozwoju konkurencji w wyniku ustalenia w ww. miastach opłat abonamentowych w wysokości 24,99 zł, podczas gdy na innych rynkach pobierane opłaty abonamentowe za takie same pakiety programowe wynoszą od 35,38 zł do 38 zł;
2. naruszenie art. 8 ust. 2 pkt 5 ww. ustawy polegające na nadużywaniu pozycji dominującej na lokalnym rynku usług telewizji kablowej w Dzierżoniowie, Bielawie, Wałbrzychu poprzez przeciwdziałanie ukształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania bądź rozwoju konkurencji w wyniku oferowania usług telewizji kablowej po obniżonej cenie tylko na terenie ww. miast;
3. naruszenie art. 8 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy polegające na stosowaniu w podobnych umowach z osobami trzecimi uciążliwych lub niejednorodnych warunków umów, stwarzających tym osobom zróżnicowane warunki konkurencji poprzez oferowanie innym operatorom telewizji kablowej programów, na dystrybucję których UPC posiada wyłączność na terenie Polski, na warunkach ich dyskryminujących.

(k.172-174)

Pełnomocnik Uczestnika postępowania w odpowiedzi z dnia 5 grudnia 2000r. na pismo zawiadamiające o wszczęciu postępowania administracyjnego podnosił, iż UPC Telewizja Kablowa sp. z o.o. tak jak pozostali operatorzy świadczący usługi telewizyjno – telekomunikacyjne za pośrednictwem urządzeń satelitarnych, nie posiada pozycji dominującej, a skoro tak, to zarzut jej nadużywania nie zasługuje na uwzględnienie. Uzasadnia to stwierdzenie, że wnioskodawca dokonał zbyt wąskiego wyznaczenia rynku produktowego w niniejszym postępowaniu. Jak bowiem wynika z dotychczasowego orzecznictwa Sądu Antymonopolowego, z punktu widzenia konsumentów (odbiorców programów telewizyjnych), substytucyjność produktową należy oceniać według zawartości pakietów programowych oraz ich ceny. Wobec dynamicznego rozwoju techniki w dziedzinie indywidualnego odbioru satelitarnego coraz większe zainteresowanie budzą platformy cyfrowe, głównie ze względu na ilość oferowanych w pakiecie programów i bezwzględnie wyższą ich jakość techniczną. Z tych właśnie względów rynek produktowy w niniejszej sprawie powinien obejmować również substytuty w postaci działających na rynku platform cyfrowych : Wizji TV, Polsatu i Cyfry +. Ponadto pełnomocnik wskazał, iż nawet w trakcie trwania promocji UPC stosowało ceny wyższe niż cena Wnioskodawcy. Sama zaś obniżka abonamentu wywołana była w głównej mierze działaniami Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Wałbrzychu. W wyniku ustaleń z ww. rzecznikiem UPC zgodziła się na obniżenie opłat abonamentowych ze względu na niski poziom usług wynikający z używania sieci kablowych o obniżonym standardzie.

Ponadto pełnomocnik Uczestnika wskazywał, iż sam Wnioskodawca stosuje zróżnicowane promocje na terenie różnych miast i osiedli biorąc pod uwagę zachowania konkurentów. W sytuacji, gdy cena UPC jest wyższa, oferta programowa jest porównywalna, a jakość sieci często lepsza, Wnioskodawca bezpodstawnie zarzuca działaniom Uczestnika charakter antykonkurencyjny.

(k.73-83, 88-102)

Odnosnie ostatniego z zarzutów pełnomocnik podnosił, iż spośród około 60 programów telewizyjnych oferowanych swoim abonentom UPC posiada wyłączne prawa do programów: **Wizja Le Cinema, E ! Entertainment, Travel i Bet** . Umowy gwarantujące prawa wyłączne do tych programów są zgodne z regułami konkurencji obowiązującymi w Unii Europejskiej. Do innych programów inni operatorzy mają równoprawny dostęp. Ponadto

wskazywał, iż Telewizja Kablowa Vectra S.A. nigdy nie zwracała się z prośbą o przesłanie oferty sprzedaży jakiegokolwiek z programów, którymi dysponuje UPC Telewizja Kablowa sp. z o.o.

k.94 i 212-213)

## **II. Organ antymonopolowy ustalił następujący stan faktyczny:**

**1.** Uczestnik postępowania UPC Telewizja Kablowa sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest wpisany pod nr 61573 do działu B rejestru handlowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla miasta Warszawy Sąd Gospodarczy Wydział Gospodarczy – Rejestrowy. Przedmiotem działalności Spółki jest:

- budowa i eksploatacja systemów telewizji kablowej,
- świadczenie usług w zakresie telewizji kablowej,
- sprzedaż produktów i usług Spółki w zakresie telewizji kablowej w kraju i za granicą,
- produkcja w zakresie organizacji i budowy systemów telewizji kablowej, wytwarzania urządzeń i sprzętu technicznego, telewizji kablowej i techniki studyjnej oraz działalności programowej,
- świadczenie i sprzedaż usług zintegrowanych z ofertą telewizji kablowej, takich jak transmisja danych, systemy alarmowe i inne dodatkowe usługi telekomunikacyjne,
- wszelkiego rodzaju działalność programowa, a w szczególności tworzenie własnych programów, w tym lokalnego, współpraca z innymi podmiotami programowymi,
- inna działalność produkcyjna, handlowa, usługowa.

UPC działa na terenie miast całego kraju.

(Dowód: k. 53-67)

**2.** Wnioskodawca Telewizja Kablowa VECTRA S.A. z siedzibą w Elblągu jest wpisany pod nr 1068 do działu B rejestru handlowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy V Wydział Gospodarczy w Elblągu. Przedmiotem działalności Spółki jest:

- handel wewnętrzny, zagraniczny,
- świadczenie usług remontowo – budowlanych , transportowych, ochrony,
- usługi telekomunikacyjne i radiokomunikacyjne w tym budowa linii i sieci kablowych, telekomunikacyjnych,
- eksploatacja sieci do rozsyłu programów telewizyjno – radiowych,
- instalowanie urządzeń studyjnych i anten do telewizji satelitarnych,
- nadawanie programów radiowych i telewizyjnych.

Vectra, podobnie jak UPC, działa na terenie miast całej Polski (w kilkudziesięciu miejscowościach). W każdej miejscowości jej polityka programowa prowadzona jest indywidualnie, w zależności od lokalnej sytuacji rynkowej. Również w Dzierżonowie, Bielawie i Wałbrzychu stosuje różne oferty programowe, obejmujące ok. 50-60 programów, z których większość to programy niepłatne. Ceny na obszarze tych miast za pakiet rozszerzony są zróżnicowane i wynoszą: w Bielawie 18,90 zł Dzierżonowie 21,90 zł i Wałbrzychu - 23,90 zł.

(Dowód: k 37,38-46).

**3.** Obaj operatorzy telewizji kablowej są konkurentami na rynkach, które objęło postępowanie prowadzone przez Prezesa Urzędu, tj., Wałbrzycha, Bielawy i Dzierżoniowa. Na terenie Wałbrzycha działają ponadto Telewizja Kablowa “Podgórze” i SATKABEL sp. z o.o..

(Dowód: k.38 i 89)

4. Telewizja Kablowa VECTRA S.A. działa w miastach Wałbrzych, Dzierżoniów, Bielawa od roku 1998, pobierając opłaty abonamentowe w wysokości:

Okres	Wałbrzych	Dzierżoniów	Bielawa
02.1998r.	-	-	-
07.1998r.	9,90	9,90	-
01.1999r.	9,90	9,90	-
07.1999r.	13,90	9,90	10,00
10.1999r.	13,90	9,90	13,90
11.1999r.	17,90	9,90	13,90
01.2000r.	20,90	19,90	16,90
07.2000r.	23,90	21,90	18,90

(Dowód: k.38)

5. Na terenie miejscowości Bielawa i Dzierżoniów oferowane są następujące kanały:

L.p.	Kanał	Język
1.	VOX	Niemiecki
2.	KINDERKANAL	Niemiecki
3.	CT NOVA	Czeski
4.	TVS VECTRA	Polski
5.	POLSAT	Polski
6.	TVP WROCLAW	Polski
7.	TVP 1	Polski
8.	TVP 2	Polski
9.	TV 4	Polski
10.	RAI UNO	Włoski
11.	KABEL 1	Niemiecki
12.	PRO 7	Niemiecki
13.	SUPER RTL	Niemiecki
14.	M. 6	Francuski
15.	RTL	Niemiecki
16.	RTL 2	Niemiecki
17.	DSF	Niemiecki
18.	TMT	Polski
19.	EUROSPORT	Polski
20.	TF 1	Francuski
21.	CTV 1	Czeski
22.	VIVA	Niemiecki
23.	RTL 7	Polski
24.	VIVA II	Niemiecki
25.	TVE	Hiszpański
26.	DISCOVERY	Polski
27.	CHANEL 5	Francuski
28.	TVN	Polski
29.	TV PULS	Polski
30.	MTV	Angielski
31.	SKY NEWS	Angielski

32.	FASHION TV	Angielski
33.	3 SAT	Niemiecki
34.	TV POLONIA	Polski
35.	ONYX	Niemiecki
36.	POLONIA 1	Polski
37.	SUPER 1	Polski
38.	MTV POLSKA	Polski
39.	TRAVEL	Polski
40.	ZDF	Niemiecki
41.	TV 5	Francuski
42.	RTP	Portugalski
43.	DISCOVERY TRAVEL	Polski
44.	SAT 1	Niemiecki
45.	DISCOVERY SCI-TREK	Polski
46.	CARTOON NETWORK	Polski
47.	CNN	Angielski
48.	DISCOVERY CIVILISATION	Polski

(Dowód: k. 183)

**5. Kanaly oferowane w Wałbrzychu to :**

L.p.	Kanał	Język
1.	M. 6	Francuski
2.	TV 5	Francuski
3.	ERT	Grecki
4.	TV POLONIA	Polski
5.	PR. LOKALNY	Polski
6.	TVP 1	Polski
7.	TVP WROCLAW	Polski
8.	TVP 2	Polski
9.	POLSAT	Polski
10.	SAT 1	Niemiecki
11.	PRO 7	Niemiecki
12.	VOX	Niemiecki
13.	KINDERKANAL	Niemiecki
14.	NBC	Angielski
15.	TRAVEL	Polski
16.	BBC WORLD	Angielski
17.	RAI UNO	Włoski
18.	EURONEWS	Angielski
19.	CNN	Angielski
20.	SKY NEWS	Angielski
21.	TF 1	Francuski
22.	TVE	Hiszpański
23.	ZDF	Niemiecki
24.	ARD	Niemiecki
25.	RTL	Niemiecki
26.	RTL 2	Niemiecki
27.	SUPER RTL	Niemiecki
28.	RTL 7	Polski

29.	TVN	Polski
30.	POLONIA 1	Polski
31.	TV 4	Polski
32.	LA 5/ARTE	Francuski
33.	CTV 1	Czeski
34.	MTV	Angielski
35.	VIVA 2	Niemiecki
36.	DSF	Niemiecki
37.	RTP	Portugalski
38.	KABEL 1	Niemiecki
39.	MCM	Francuski
40.	CARTOON NETWORK	Polski
41.	TV PULS	Polski
42.	DISCOVERY TRAVEL	Polski
43.	DISCOVERY SCI-TREK	Polski
44.	DISCOVERY CIVILISATION	Polski
45.	FASHION TV	Angielski
46.	MARCOPOLO	Polski
47.	3 SAT	Niemiecki
48.	DISCOVERY	Polski
49.	ANIMAL PLANET	Polski
50.	PLANETE	Polski
51.	SUPER 1	Polski
52.	EUROSPORT	Polski
53.	ALE KINO	Polski
54.	WWW TRAVEL	?
55.	REALITY TV	Polski
56.	MINI MAX	Polski
57.	TMT	Polski
58.	VIVA	Niemiecki
59.	VIVA POLSKA	Polski
60.	ONYX	Niemiecki

(Dowód: k -184)

6. UPC w 2000 r. na terenie Wałbrzycha posiadała 16.331 abonentów, na terenie Bielawy - 1.694 abonentów i Dzierżoniowa – 2.559.

(Dowód: k.89)

7. Oferta programowa UPC w:

Wałbrzychu

L.p.	Kanał	Język
1.	WROCLAW 5	Polski
2.	TVP 1	Polski
3.	TVP 2	Polski
4.	POLSAT	Polski
5.	TV POLONIA	Polski
6.	TVN	Polski
7.	RTL 7	Polski
8.	POLSAT INFO	Polski

9.	HBO	Polski
10.	MTV POLSKA	Polski
11.	ANIMAL PLANET	Polski
12.	EUROSPORT	Polski
13.	WIZJA SPORT	Polski
14.	WIZJA 1	Polski
15.	HALLMARK	Polski
16.	ROMANTICA	Polski
17.	CARTOON NETWORK/TCM	Polski
18.	FOX KIDS	Polski
19.	NATIONAL GEOGRAPHIC	Polski
20.	BET INTERNATIONAL	Angielski
21.	TRAVEL/WIZJA POGODA	Polski
22.	DISCOVERY	Polski
23.	CNN	Angielski
24.	E!	Polski
25.	LE CINEMA	Polski
26.	VH 1	Angielski
27.	POLONIA 1	Polski
28.	TV 4	Polski
29.	GOSAT MEDIA	Polski
30.	KOMEDIA	Polski
31.	PLANETE	Polski
32.	DSF	Niemiecki
33.	REALITY TV	Polski
34.	VIVA	Niemiecki
35.	FASHION TV	Angielski
36.	VIVA 2	Niemiecki
37.	TV NIEPOKALANÓW	Polski
38.	ONA	Polski
39.	MUZYCZNY RELAKS	Polski
40.	RTL	Niemiecki
41.	FRANCE 2	Francuski
42.	1 ARD	Niemiecki
43.	3 SAT	Niemiecki
44.	M. 6	Francuski
45.	ON	Polski
46.	VOX	Niemiecki
47.	RTL 2	Niemiecki
48.	PRO 7	Niemiecki
49.	RAI UNO	Włoski
50.	ERT	Grecki
51.	TVE	Hiszpański
52.	TV 5	Francuski
53.	JUNIOR	Polski
54.	RTP	Portugalski

Dla Wałbrzycha TEKASO liczba kanałów jest mniejsza i wynosi 44.  
(Dowód: k.117)



w Bielawie:

L.p.	Kanał	Język
1.	JUNIOR	Polski
2.	TE DE	Polski
3.	TV POLONIA	Polski
4.	WROCLAW	Polski
5.	TVP 2	Polski
6.	RTL 7	Polski
7.	HBO	Polski
8.	TVN	Polski
9.	POLSAT	Polski
10.	TVP 1	Polski
11.	ANIMAL PLANET	Polski
12.	TV NIEPOKALANÓW	Polski
13.	EUROSPORT	Polski
14.	WIZJA SPORT	Polski
15.	WIZJA 1	Polski
16.	HALLMARK	Polski
17.	ROMANTICA	Polski
18.	CARTOON/TCM	Polski
19.	FOX KIDS	Polski
20.	NATIONAL GEOGRAPHIC	Polski
21.	BET INTERNATIONAL	Angielski
22.	TRAVEL/WIZJA POGODA	Polski
23.	MTV POLSKA	Polski
24.	DISCOVERY	Polski
25.	CNN	Angielski
26.	E!	Polski
27.	LE CINEMA	Polski
28.	VH 1	Angielski
29.	VIVA	Niemiecki
30.	SAT 1	Niemiecki
31.	ONA	Polski
32.	RTL	Niemiecki
33.	DSF	Niemiecki
34.	KOMEDIA	Polski
35.	MUZYCZNY RELAKS	Polski
36.	POLSAT INFO	Polski
37.	ON	Polski
38.	REALITY TV	Polski
39.	FASHION	Angielski

(Dowód: k.117)

w Dzierżonowie

1.	TVP 1	Polski
2.	TVP 2	Polski
3.	WROCLAW 5	Polski
4.	POLSAT	Polski
5.	TV POLONIA	Polski

6.	TVN	Polski
7.	RTL 7	Polski
8.	EUROSPORT	Polski
9.	HBO	Polski
10.	TV 4	Polski
11.	POLONIA 1	Polski
12.	WIZJA 1	Polski
13.	HALLMARK	Polski
14.	ROMANTICA	Polski
15.	CARTOON/TCM	Polski
16.	FOX KIDS	Polski
17.	NATIONAL GEOGRAPHIC	Polski
18.	BET INTERNATIONAL	Angielski
19.	TRAVEL/WIZJA POGODA	Polski
20.	MTV POLSKA	Polski
21.	ANIMAL PLANET	Polski
22.	CNN	Angielski
23.	VH 1	Angielski
24.	LE CINEMA	Polski
25.	E!	Polski
26.	POLSAT 2 INFO	Polski
27.	DISCOVERY	Polski
28.	MUZYCZNY RELAKS	Polski
29.	KOMEDIA	Polski
30.	FORMUŁA 1	Polski
31.	RTL 2	Niemiecki
32.	JUNIOR	Polski
33.	EURONEWS	Angielski
34.	SAT 1	Niemiecki
35.	DSF	Niemiecki
36.	VIVA	Niemiecki
37.	VIVA 2	Niemiecki
38.	TV NIEPOKALANÓW	Polski
39.	REALITY TV	Polski
40.	ONA	Polski
41.	INFO CNBC	Angielski
42.	RAI UNO	Włoski
43.	RTL	Niemiecki
44.	TV 5	Francuski
45.	PRO 7	Niemiecki
46.	FASHION	Angielski

(Dowód: k.117)

**8.** UPC posiada wyłączne prawa do dystrybucji programów:

- Le Cinema,
- Travel,
- BET,
- E! INTERNATIONAL.

Dowód /k.94/

**9.** Na rynku poza pakietem Wizja TV nie są dostępne następujące programy :

- Wizja 1
- Wizja Sport,
- Wizja Pogoda,
- E! Entertainment
- Wizja Le Cinema,
- Extreme Sports,
- Avante

(Dowód: k.181)

**10.** VECTRA zawarła na dystrybucję kanałów umowy z następującymi podmiotami:

1. HBO – Polska Programming B.V.
2. CANAL + - Polska Korporacja Telewizyjna sp. z o.o.
3. Discovery Chanel – TDC UK
4. MCM – MCM International,
5. RTL 7 – RTL 7 S.A.
6. Eurosport – Eurosport Sales
7. TMT – International Movie Production sp. z o.o.
8. Telewizja Niepokalanów – O.O. Franciszkanie - Telewizja Niepokalanów
9. Discovery – Travel, Sci-Trek, Civilisation – Discovery Communications Europe,
10. Planete – Multithematique S.A.
11. Reality TV – Zone Broadcasting ltd.

(Dowód: k.140-141)

**11.** Ponadto większość programów rozprowadzanych w sieciach kablowych jest uzyskiwana bezpłatnie, a ich rozprowadzanie odbywa się na podstawie wpisu do rejestru KRRiT. Są to TVN, CNN, Super 1, Polonia 1, 3 SAT, TV 5, POLSAT, BBC World.

(Dowód:k.147 i 177)

**12.** W czerwcu 2000 UPC Telewizja Kablowa sp. z o.o. rozpoczęła na rynkach ww. miast promocję, której warunki były następujące:

- abonament 24,99 zł,
- przy podłączeniu abonament gratis przez 2 miesiące,
- HBO w pakiecie za darmo do końca roku,
- gwarancja ceny do końca 2001r.,
- instalacja gratis,
- w pakiecie Wizja Sport,

Dowód/k.47-48 i 96/

**13.** Opłata za abonament została ustalona na poziomie niższym od stosowanego dotychczas – 35,38 zł. Promocyjna cena na kwotę 24,99 PLN (z VAT) obowiązuje od sierpnia 2000 r. do końca 2001 r. W okresie promocji cena może wzrosnąć jedynie o wskaźnik inflacji oznajmiany przez GUS.

(Dowód: k.2 i 47)

**14.** Jako przyczynę przeprowadzonej promocji ww. miastach UPC podaje interwencje Miejskiego Rzecznika Konsumentów z Wałbrzycha, Klubu Federacji Konsumentów oraz delegatury UOKiK we Wrocławiu w sprawie nadmiernie wysokich opłat pobieranych przez tegoż operatora w Wałbrzychu

(Dowód: k.90,105-116)

**15.** Z podobną promocją, jak wyżej, UPC wystąpiło także w Piławie i Kędzierzynie Koźlu.

(Dowód: k. 97)

**16.** UPC podaje również, że pobierane opłaty abonamentowe w latach 1998-2000 za poszczególne pakiety skorelowane były ze zmieniającą się ofertą programową oraz zwiększaniem ilości oferowanych programów. I tak, cena za pakiet Basic w Wałbrzychu w styczniu 1998 r. wynosiła 13 zł a w grudniu 2000 r. 24,99 zł za 54 programy, w Dzierżoniowie 12 zł i 24, 99 zł za 46 programy, i odpowiednio w Bielawie 8 zł i 24, 99 zł za 39 programów.

(Dowód: k 94,95, 117)

**17.** Vectra w Wałbrzychu w tymże 2000 r. za 60 programów pobierała opłaty w wysokości 23,90 zł (w 1998 r 9,90 zł); w Bielawie za 48 programów 18,90 zł (w 1999 r. 10 zł) i w Dzierżoniowie za 48 programów 21,90 zł (w 1998 r. 9,90 zł).

(Dowód: k. 38, 183, 184).

**18.** Z kolei Satkabel w Wałbrzychu w 2000 r. za 58 programów pobierał opłatę w wysokości 24 zł (w 1998 r. 16 zł).

(Dowód: k.199-206).

**19.** Czwarty z operatorów występujący na rynku w Wałbrzychu TK "Podgórze" za 38 programów pobiera opłaty 20 zł (w 1998 r. 15 zł).

(Dowód: k.191-197).

**20.** UPC podaje, że Vectra stosuje podobną, zróżnicowaną w różnych miastach politykę cenową wskazując tutaj na takie miasta jak Wałbrzych – 23,90 zł Bielawę i Dzierżoniów – 21, 90 zł, Olsztyn – 27, 90 zł, Ostródę 25,20 zł, Wrocław 30,90 zł. Podkreślając przy tym, że Wnioskodawca przyznając się do polityki różnicowania cenowej oferty dla abonentów oraz prowadząc również na analizowanych rynkach akcje promocyjne, odmawia prawa do takiego postępowania UPC.

(Dowód: k. 96, 285)

**21.** W momencie wprowadzania promocji przez UPC abonament VECTRY wynosił 19,90 zł a od lipca 2000 21,90 zł. W dacie uruchomienia promocji VECTRA miała w swojej ofercie tylko jeden z programów nisko płatnych – Discovery. Następne programy VECTRA włączyła do oferty pod koniec 2000 r. Wtedy też podniosła ceny w Dzierżoniowie i Bielawie.

(Dowód: k. 134-136)

**22.** Liczba abonentów Telewizji Satkabel sp. z o.o. w Wałbrzychu wynosiła kolejno w roku \*\*\*tajemnica przedsiębiorstwa\*\*\* Satkabel pobierał za największy pakiet opłatę w kwocie – w roku od XI 1998 do X 1999 – 16 złotych, od IX 1999 – III 2000 21 złotych, od kwietnia do chwili obecnej 24 złote. Oferuje również płatne kanały HBO I Canal +.

(Dowód: k. 200)

#### Pakiet programowy SATKABEL

L.p.	Nazwa	Język
1.	TV 5	Francuski
2.	ERT	Grecki
3.	TV Polonia	Polski
4.	Program lokalny	Polski
5.	TVP 1	Polski

6.	TVP 2	Polski
7.	5- Wrocław	Polski
8.	POLSAT	Polski
9.	SAT 1	Niemiecki
10.	PRO 7	Niemiecki
11.	VOX	Niemiecki
12.	Kinderkanal	Niemiecki
13.	NBC	Angielski
14.	TRAVEL	Polski
15.	BBC World	Angielski
16.	RAI Uno	Włoski
17.	Euronews	Angielski
18.	CNN	Angielski
19.	SKY News	Angielski
20.	TF -1	Francuski
21.	TVE	Hiszpański
22.	M. 6	Francuski
23.	ARD	Niemiecki
24.	RTL	Niemiecki
25.	RTL 2	Niemiecki
26.	Super RTL	Niemiecki
27.	RTL 7	Polski
28.	TVN	Polski
29.	Polonia 1	Polski
30.	Nasza TV	Polski
31.	Polsat 2	Polska
32.	CTV 1	Czeski
33.	VIVA	Niemiecki
34.	VIVA II	Niemiecki
35.	DSF	Niemiecki
36.	MTV	Angielski
37.	Junior	Polski
38.	Fantastic	Polski
39.	Niepokalanów	Polski
40.	Discovery Travel & Adventure	Polski
41.	Discovery Sci-Trek	Polski
42.	Discovery Civilisation	Polski
43.	Fashion	Francuski
44.	Fox Kids	Polski
45.	Sport	Polski
46.	Discovery	Polski
47.	Animal Planet	Polski
48.	Planete	Polski
49.	ONA	Polski
50.	Eurosport	Polski
51.	Hallmark	Polski
52.	ON	Polski
53.	Komedia	Polski
54.	MINIMAX	Polski
55.	TMT	Polski

56.	Info/Dokument	Polski
57.	MTV Polska	Polski
58.	Muzyczny relaks	Polski

Dowód/k. 199-206/

**23.** Liczba abonentów TK Podgórze wynosiła \*\*\*tajemnica przedsiębiorstwa\*\*\*. Opłata abonamentowa wynosiła w roku 1998 – 15 złotych, w roku 1999 – 15 złotych, w roku 2000 i 2001 – 20 złotych.

Oferta programowa TK “Podgórze”:

L.p.	Nazwa	Język
1.	Program własny	Polski
2.	5- Wrocław	Polski
3.	MDR	
4.	Polonia 1	Polski
5.	TV – 5	Francuski
6.	RTL 7	Polski
7.	TVP 1	Polski
8.	TVP 2	Polski
9.	Eurosport	Polski
10.	N 3	
11.	Polsat	Polski
12.	DSF	Niemiecki
13.	Planete	Polski
14.	TMT	Polski
15.	Animal Planet	Polski
16.	Pro 7	Niemiecki
17.	VIVA	Niemiecki
18.	VIVA II	Niemiecki
19.	MTV	Angielski
20.	RAI Uno	Włoski
21.	Super RTL	Niemiecki
22.	Sat 1	Niemiecki
23.	3 Sat	Niemiecki
24.	ZDF	Niemiecki
25.	RTL	Niemiecki
26.	RTP	Portugalski
27.	Kabel 1	Niemiecki
28.	CNN	Angielski
29.	TVN	Polski
30.	RAI Due	Włoski
31.	Sky News	Angielski
32.	RTL 2	Niemiecki
33.	Kinderkanal	Niemiecki
34.	Super 1	Polski
35.	Marcopolo	Polski
36.	VIVA PL.	Polski
37.	TV 4	Polski
38.	TV Niepokalanów	Polski

(Dowód: k.191-197).

24. Odpierając zarzut o odmowie sprzedaży wnioskodawcy programów tematycznych do których UPC nabyła prawa wyłączne lub jest ich producentem (Wizja 1. Twoja Wizja, Wizja Pogoda, Wizja Sport) uczestnik postępowania odpowiedział, że TK Vectra nigdy nie zwracała się z prośbą o przesłanie oferty któregośkolwiek z programów, którymi dysponuje UPC TK. Nieznany jest jej także fakt, który wskazywałby na chęć rozpoczęcia takiej współpracy.

(Dowód: k 213)

25. Pomimo podnoszenia tej sprawy we wniosku o wszczęcie postępowania, Vectra nie dostarczyła dowodów na to, że UPC odmówił jej sprzedaży programów licencyjnych lub produkcji własnej.

26. Działalność telewizji kablowej, po nowelizacji prawa telekomunikacyjnego, wymaga jedynie zezwolenie telekomunikacyjne wydawanego przez Prezesa Urzędu Regulacji Telekomunikacji. Opłata za zezwolenie wynosi 1000 euro. Telewizja kablowa podawana jest jako przykład sektora w którym dużą rolę odgrywa ekonomia skali. Dlatego opłacalne jest budowa sieci telewizji kablowej na terenie dużych osiedli mieszkaniowych. Zabudowa "staromiejska" jest na granicy opłacalności, natomiast osiedla domów jednorodzinnych są dla tej telewizji nieopłacalne. Progiem opłacalności jest liczba 1000 abonentów.

27. Dla UPC barierą wejścia na rynek jest ograniczony dostęp do kanalizacji teletechnicznej TPSA, natomiast Vectra wskazuje tutaj na barierę kapitałową.

28. Urząd Ochrony konkurencji i Konsumentów dla lepszego zbadania, czy UPC stosuje ceny nieuczciwe, w tym przypadku ceny poniżej kosztów, zwrócił się do stron o podanie średnich kosztów zmiennych oraz średnich kosztów całkowitych. Taka analiza cenowo-kosztowa, znana w literaturze przedmiotu jako **test Arreda-Turnera**, jest pomocna do stwierdzenia czy stosowane ceny przez przedsiębiorcę zajmującego pozycję dominującą nie mają charakteru zakazanych cen drapieżnych (predatory pricing). Są takimi cenami ceny, które kształtują się poniżej średnich kosztów zmiennych (tj. kosztów uzależnionych od wielkości produkcji). Jedynym interesem podmiotu dominującego, stosującego takie ceny, jest bowiem eliminacja konkurenta, w celu późniejszego podwyższenia cen. Skutkiem finansowym sprzedaży po zaniżonej cenie jest występowanie strat, które generują koszty stałe oraz część kosztów zmiennych przypadających na wyprodukowaną jednostkę. W teście tym za praktykę monopolistyczną uznaje się również sprzedaż po cenie poniżej średnich kosztów całkowitych (tj. kosztów stałych i zmiennych), ale wyższych od średnich kosztów zmiennych. Ceny te mogą wyeliminować z rynku konkurenta, który jest równie wydajny co przedsiębiorstwo dominujące, ale który nie wytrzyma konkurencji z powodu zbyt małych zasobów finansowych (Zob. Wyrok ETS w z dnia 3 lipca w sprawie C-62/86 AKZO Chemie BV przeciwko Komisja Wspólnot Europejskich).

Test ten nie jest wszakże zawsze wystarczający do stwierdzenia praktyki cen drapieżnych. Należy bowiem poddać badaniom także intencje firmy stosującej zaniżone ceny, jej udział w rynku, czy rzeczywiście taka polityka cen grozi monopolizacji rynku, bariery wejścia a także problem nadmiaru zdolności produkcyjnych. W orzecznictwie występuje również podejście, że jeśli nawet ceny są poniżej średniego kosztu zmiennego, to zawsze oskarżony może odeprzeć ten zarzut poprzez wskazanie celu nie związanego z praktyką cen drapieżnych. (Zob. H. Hovenkamp, Antitrust, second Edition, 1993, s. 124 i n.)

29. UPC odpowiedziało, że wyliczenie takich kosztów nastęrcza sporo trudności. Wynika to z faktu, że UPC działa na rynku krajowym, a wysokość kosztów i opłat, jakie spółka ponosi w związku z prowadzoną działalnością, nie jest jednolita we wszystkich regionach Polski. Dane zawarte w rachunku wyników i strat wynika wskazują, że wszystkie ceny pobierane przez

UPC za świadczenie usług telewizji kablowej, nie tylko na analizowanych rynkach, kształtują się poniżej średniego kosztu całkowitego.  
(Dowód: k. 243 i 282).

**30.** Z kolei z danych podanych przez TK Vectra wynika, że stosowane przez nią ceny na rynkach Wałbrzycha, Bielawy i Dzierżoniowa są powyżej wymienionych kosztów z tym, że średnie koszty całkowite nie zawierają amortyzacji, co sprawia, że wyliczenia te nie mogą być wykorzystane w teście Arreda-Turnera.

(Dowód: utajnione materiały TK Vectra załącznik Nr 2, k. 1).

(Dowód: 132, 147 i 177).

### **III. Mając na uwadze zebrany materiał dowodowy organ ochrony konkurencji i konsumentów zważył, co następuje:**

**1.** Przedmiotem prowadzonego postępowania antymonopolowego są praktyki monopolistyczne określone w art. 8 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazujące nadużywania pozycji dominującej na rynku właściwym przez jednego lub kilku przedsiębiorców. Art. 8 ust. 2 zawiera przykładowy katalog zakazanych prawem zachowań na rynku przedsiębiorców posiadających pozycję dominującą. Postępowanie dotyczy praktyki opisaney w pkt 3 i pkt 5 tegoż artykułu. Pierwszy z nich zakazuje stosowania w podobnych umowach z osobami trzecimi uciążliwych lub niejednorodnych warunków umów, stwarzających tym osobom zróżnicowane warunki konkurencji. Z kolei pkt 5 mówi, że nadużywanie pozycji dominującej polega na przeciwdziałaniu ukształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania bądź rozwoju konkurencji.

Nadużycie pozycji dominującej jest zakazane ponieważ uderza ono w konkurencję, ograniczając ją bądź zniekształcając, co jest sprzeczne z interesem publicznym. W interesie publicznym leży bowiem to, aby konkurencja na rynku była efektywna. Dlatego **Prezes Urzędu chroniąc konkurencję przed jej ograniczaniem, eliminowaniem i zniekształcaniem poprzez stosowanie przepisów ustawy, broni tego interesu i realizuje cele ustawy zapisane w jej art. 1 ust. 1.**

Jest oczywiste, że ochrona konkurencji polega również na ochronie przedsiębiorcy posiadającego słabszą pozycję na rynku, wobec którego prowadzone są działania ograniczające jego wolność handlową i ekonomiczną i zdobywania w sposób sztuczny lub nieuczciwy przewagi konkurencyjnej, doprowadzającej do przejęcia jego klientów, pogarszania jego konkurencyjności, utrudniania mu prowadzenia działalności produkcyjnej lub handlowej (np. poprzez budowanie sztucznych barier wejścia na rynek) i w końcu spychania z rynku. Jeśli zatem, takie działania przedsiębiorcy dominującego zostaną odkryte i udowodnione przez Prezesa Urzędu, to jest to równoznaczne z tym, że podmiot taki naruszając zakaz art. 8 działa w sposób sprzeczny z interesem publicznym, którego w zakresie przestrzegania reguł skutecznej konkurencji chroni ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów.

**2.** Niezbędną przesłanką praktyk ograniczających konkurencję rozpatrywanych w ramach artykułu art. 8 ustawy jest posiadanie przez przedsiębiorcę oskarżonego o stosowanie praktyk monopolistycznych pozycji dominującej na rynku właściwym.

Art. 4 pkt 8 rynek właściwy definiuje jako rynek towarów, które ze względu na swe przeznaczenie, cenę oraz właściwość, w tym jakość, są uznawane przez ich nabywców za substytuty oraz są oferowane na obszarze, na którym, ze względu na rodzaj oraz właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji. Rynek właściwy składa się z rynku geograficznego i produktowego.



W rozpatrywanej sprawie, w sposób naturalny rynkiem geograficznym są tereny miast Wałbrzycha, Dzierżoniowa i Bielawy. Jest to więc rynek lokalny. Inaczej jest w telewizji cyfrowej, dla której rynkiem właściwym w ujęciu geograficznym jest obszar Polski.

Jeśli chodzi o wyznaczanie rynku produktowego po zasadą w postępowaniu antymonopolowym jest stosowanie wąskich kryteriów segmentacji takiego rynku. W przeciwnym bowiem przypadku mogłyby zaistnieć trudności w znalezieniu podmiotów o pozycji dominującej. Kryteria te muszą wynikać z obiektywnych parametrów produktu, mających zasadniczy wpływ na ich zakup przez nabywców. W danej sprawie są nimi przeznaczenie, funkcje użytkowe i cena. Cechy te pozwalają nabywcom łatwo identyfikować produkty, odróżniać od siebie i ewentualnie traktować jako bliskie substytuty.

Wychodząc z tych kryteriów Urząd stanął na stanowisku, iż rynkiem produktowym w niniejszej sprawie są usługi operatorów telewizji kablowej polegające na zbiorowym rozprowadzaniu programów telewizyjnych i radiowych. Z powodów popytowych i podażowych nie można uważać za bliski substytut tej telewizji usług telewizji cyfrowej. Analizując czynniki popytowe należy podnieść to, że telewizja kablowa jest łatwo rozpoznawana przez konsumentów i wyraźnie rozróżniana w stosunku do telewizji cyfrowej. Nie zachodzi również prosta substytucja tych telewizji po stronie popytu. Decydują o tym koszty nowej instalacji i koszty utopione w instalacji "starej" oraz opłaty abonamentowe, które są dużo wyższe (dwukrotnie) przy korzystaniu z telewizji cyfrowej, za podobny pakiet programowy. Substytucja ta nie jest prosta także po stronie podaży. Podaż telewizji kablowej, w odróżnieniu od telewizji cyfrowej, skoncentrowania jest na osiedlach mieszkaniowych zabudowanych domami wielorodzinnymi (efekty ekonomii skali). Natomiast podaż telewizji cyfrowej koncentruje się głównie na tym segmencie rynku, który tworzą konsumenci zamieszkujący w budynkach o zabudowie rozproszonej i domach jednorodzinnych. Nie jest więc w praktyce substytutem dla telewizji kablowej telewizja cyfrowa oparta na systemie połączeń anten satelitarnych, ponieważ ten system emisji i rozprowadzania programów telewizyjnych ze względu na to, iż adresowany jest do innej grupy widzów mieści się w innym segmencie rynku. Nie można też łatwo telewizji cyfrowej zastąpić usługami telewizji kablowej w przypadku gdyby operator wycofał się z rynku. Wymaga to bowiem znacznych nakładów inwestycyjnych, uzgodnień właścicielskich, a przede wszystkim odpowiedniej skali, czyli liczby abonentów, tak aby cała operacja stała się opłacalna.

Obie telewizje nie są również **bliskimi substytutami**, na analizowanych rynkach geograficznych, **z powodu ceny**. Cena jest jednym z głównych wyznaczników rynku produktowego. Opłaty za usługi telewizji kablowej wynoszą od 21 zł (TK Podgórze) do 24,99 zł (UPC). Natomiast telewizja cyfrowa Wizja TV za pakiet podstawowy (Wizja rodzinna) kosztuje miesięcznie 67 zł, a w Cyfrze + za pakiet Premium trzeba płacić 54 zł. Jedynie Polsat żądając 25 zł miesięcznie pobiera opłaty na zbliżonym poziomie jak telewizje kablowe. Zestaw i liczba programów nadawanych przez tę telewizję daleko odbiega jednak od tego co oferują pozostałe telewizje cyfrowe i kablowe. Liczba abonentów Polsatu jest też z tego powodu, na wymienionych rynkach wielokrotnie mniejsza niż pozostałych telewizji. Tak więc telewizje cyfrowe są 2 do 3 razy droższe od telewizji kablowych w Wałbrzychu, Bielawie i Dzierżoniowie. Oznacza to że przynależą one do innego rynku produktowego, do produktów określanych w nomenklaturze marketingowej jako towarów z "górnego półki", czyli znacznie droższych i adresowanych do innej grupy konsumentów.

Nadużycie pozycji dominującej w orzecznictwie antymonopolowym traktuje się jako zjawisko obiektywne i odnosi się je do takiego zachowania przedsiębiorstw, które ma wpływ na strukturę rynku, w wyniku czego stopień konkurencji jest osłabiony przez zwrócenie się do metod różniących się od stosowanych w warunkach normalnej konkurencji w odniesieniu do produktów lub usług w oparciu o transakcje zawierane między partnerami handlowymi (B.

Majewska- Jurczyk, Dominacja w polityce konkurencji Unii Europejskiej, Wrocław 1998, s. 60).

Artykuł 8 ustawy dotyczy zachowania rynkowego, które nie byłoby możliwe, gdyby przedsiębiorca nie posiadał pozycji dominującej na rynku. Jako zjawisko obiektywne odzwierciedla ono aktualną strukturę rynku i przebiegające w niej procesy rywalizacji. W tym kontekście w rozpatrywanej sprawie chodzi o dokonanie oceny czy rzeczywiście zachowanie UPC jest antykonkurencyjnym nadużyciem pozycji dominującej, skierowanym przeciwko konkurentom. Inaczej mówiąc, chodzi o stwierdzenie czy swoim zachowaniem cenowym poprzez wprowadzenie promocji na swoje usługi, oraz ograniczając dostęp do programów będących w jej ofercie, UPC szkodzi Vectrze i utrudnia konkurencję, naruszając w ten sposób reguły konkurencji, które chronią przepisy art. 8. ust. 2 pkt 3 i 5 ustawy.

3. Warunkiem wstępnym oceny zachowania UPC, w ramach tak zarysowanej analizy antymonopolowej, jest zbadanie jego siły rynkowej, czyli stwierdzenie, czy posiada on na każdym z wyodrębnionych rynków lokalnych pozycję dominującą. Udział w rynku UPC i pozostałych operatorów zostanie oceniony na podstawie liczby zawartych umów abonenckich. Udziały te prezentują poniższe tabele:

W Wałbrzychu

L.p.	Operator	Udział % w rynku
1.	UPC	***tajemnica przedsiębiorstwa***
2.	Vectra	***tajemnica przedsiębiorstwa***
3.	SATKABEL	***tajemnica przedsiębiorstwa***
4.	Podgórze	***tajemnica przedsiębiorstwa***

W Bielawie

L.p.	Operator	Udział % w rynku
1	UPC	***tajemnica przedsiębiorstwa***
2	Vectra	***tajemnica przedsiębiorstwa***

W Dzierżoniowie

L.p.	Operator	Udział % w rynku
1.	UPC	***tajemnica przedsiębiorstwa***
2.	Vectra	***tajemnica przedsiębiorstwa***

Przez pozycję dominującą w ustawie (art. 4 pkt 9) rozumie się pozycję przedsiębiorcy, która umożliwia mu zapobieganie skutecznej konkurencji na rynku właściwym przez stworzenie mu możliwości działania w znacznym stopniu niezależnie od konkurentów kontrahentów oraz konsumentów; domniemywa się, że przedsiębiorca ma pozycję dominującą, jeżeli jego udział w rynku przekracza 40%. Pozycję dominującą wywodzi się z siły rynkowej przedsiębiorcy, którą z kolei wyznacza udział w rynku. Uznaje się, że 40 procentowy udział w rynku daje siłę, która pozwala firmie zachowywać się w sposób opisany w cytowanym artykule. W ocenie siły rynkowej ważna jest również rozpiętość tych udziałów, czyli obliczenie względnego wskaźnika udziału w rynku. Jeśli różnice te są zbyt małe, albo gdy dwa przedsiębiorstwa przekraczają próg 40%, tak jak jest to w Dzierżoniowie, to ani UPC ani Vectra nie mają wystarczającej siły ekonomicznej, właściwej dla pozycji dominującej. Na rynku w Dzierżoniowie występuje klasyczny duopol, który jest rynkiem konkurencyjnym. UPC nie posiada również pozycji dominującej w Bielawie. W Bielawie pozycję taką ma Vectra \*\*\*tajemnica przedsiębiorstwa\*\*\***Pozycję dominującą UPC posiada natomiast w Wałbrzychu \*\*\*tajemnica przedsiębiorstwa\*\*\***

Tym samym bezzasadne stały się zarzuty stosowania praktyk monopolistycznych przez UPC na rynku Dzierżoniowa i Bielawy. Do rozpatrzenia pozostaje natomiast w dalszym

ciągu to czy operator ten wykorzystuje swoją pozycję dominującą do działań sprzecznych z zakazem art. 8 ust.2 pkt 2 i 5 na rynku wałbrzyskim

4. Art. 8 ust. pkt 5 uznaje za praktykę monopolistyczną zachowanie dominanta, które przeciwdziała ukształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania bądź rozwoju konkurencji. Z tego przepisu zostały UPC postawione dwa zarzuty. Pierwszym jest, że UPC na terenie Wałbrzycha pobiera za swoje usługi opłaty abonamentowe w wysokości 24,99 zł podczas gdy na innych rynkach lokalnych stosowane są standardowe opłaty w wysokości 35,38 zł i drugi, że zaniżając ceny przeciwdziała warunkom powstania bądź rozwojowi konkurencji.

Z analizy materiałów zgromadzonych w sprawie wynika jednoznacznie, że w Wałbrzychu od lipca 2000 r. (występująca do 15.08.2000 r. pod firmą Polska Telewizja Kablowa Operator Sp. z o.o.) w ramach ogłoszonej promocji UPC obniżył opłaty abonamentowe z 35,38 zł do poziomu 24,99 zł brutto. Cena 35,38 zł jest standardową ceną pakietu Wizja, rozproszanego w systemie telewizji kablowej przez UPC na terenie Polski.

Poddając analizie strukturę rynku usług telewizji kablowej w Wałbrzychu oraz zachowania innych uczestników tego rynku tj, konkurentów UPC oraz konsumentów, Prezes Urzędu doszedł do następujących ustaleń i wniosków, iż:

- struktura podmiotowa rynku w Wałbrzychu składa się z czterech operatorów: TK UPC, TK Vectra, TK Podgórze, telewizja SATKABEL. Liczba programów telewizyjnych polskojęzycznych i niepolskojęzycznych oferowanych przez te telewizje jest podobna do siebie. Wszyscy operatorzy w swej ofercie mają polską telewizję publiczną i polskie kanały telewizji prywatnej. Większość programów tematycznych jest nadawana w języku polskim (np. Discovery, Planet, Eurosport, National Geographic). Wyłączne prawa UPC do dystrybucji Le Cinema, Travel, E!Entertainment oraz Bet nie mają zasadniczego wpływu na wybór operatora przez konsumentów;
- główny rywal Vectra ma zawarte z licencjodawcami umowy na dystrybucję takich kanałów kodowanych jak HBO i Canal +. Jej oferta programowa jest więc równoważna i konkurencyjna w stosunku do UPC, nawet bez Wizji Sport.;
- walka o nowych abonentów pomiędzy ww. operatorami rozgrywa się za pomocą wysokości opłat, promocji i reklamy oraz jakości odbioru przesyłanych programów telewizyjnych;
- ceny za podobne oferty programowe mieszczą się w przedziale od 21 zł (TK Podgórze) do 24,99 zł (UPC). Oferta programowa UPC w stosunku do oferty programowej UPC jest droższa o 1,09 zł i jest to oferta najdroższa;
- cena UPC w Wałbrzychu jest niższa niż w większości innych miast Polski (35,38 zł). Opłaty niższe w Wałbrzychu niż w innych miastach (Wrocław, Olsztyn, Ostróda) pobiera również Vectra. Ponadto jej ceny, w przeciwieństwie do UPC, są również inne w Bielawie, Dzierżoniowie i Wałbrzychu;
- promocja cenowa UPC na terenie Wałbrzycha nastąpiła po interwencjach Miejskiego Rzecznika Konsumentów z Wałbrzycha, w związku ze skargami konsumentów na wysokie opłaty abonamentowe pobierane przez operatora. W piśmie z dnia 25.04 00 r., PTK Operator Sp z o.o. informowała delegaturę UOKiK we Wrocławiu, o motywach tej promocji, że po wprowadzeniu podwyżki opłaty do wysokości 35,38 zł straciła ona wielu abonentów na rzecz konkurentów. Promocja jest więc odpowiedzią na powstałą sytuację na rynku;
- pomiędzy czerwcem 2000 r, a kwietniem 2001 r., tj., po wprowadzeniu zapowiadanej promocji, liczba abonentów Vectry na obszarze Wałbrzycha spadła jedynie o 4, 4%,. W tym samym czasie Satkabel zanotował niewielki, ale wzrost liczby abonentów, zaś w przypadku TK "Podgórze" liczba ta nieznacznie obniżyła się (o 10 abonentów).

Świadczy to o braku antykonkurencyjnych skutków i monopolizacyjnych efektów cenowych działań UPC na rynku w Wałbrzychu.

Dokonując oceny powyższych faktów w świetle postanowień art.8 ust.2 pkt 2 i 5 ustawy trzeba stwierdzić, iż warunki konkurencji na lokalnych rynkach świadczenia usług telewizji kablowej nie są tożsame i podobne do siebie. Pokazuje to przykład Wałbrzycha, Dzierżoniowa i Bielawy. Na każdym z tych rynków operuje często różna liczba operatorów. Występują między nimi różnice cenowe oraz programowe. Inaczej też, ze względu na dochody oraz preferencje i upodobania na tych rynkach zachowują się konsumenci. Objawia się to w ich różnej wrażliwości na zmiany cen (cenowa i dochodowa elastyczność popytu). Innym, z tych powodów, jest rynek Wrocławia czy Warszawy, a innym dotknięty wysokim bezrobociem i niskimi dochodami rynek Wałbrzycha. Obniżka opłaty przez UPC po negatywnej reakcji konsumentów w Wałbrzychu na ich wzrost, była z tego powodu działaniem racjonalnym i uzasadnionym.

Jest również ekonomicznie uzasadnione, że operatorzy telewizji kablowej funkcjonując na wielu rynkach lokalnych prowadzą zróżnicowane strategie konkurencji, dostosowane do profilu danego rynku lokalnego. I nie jest zadaniem organu antymonopolowego kwestionowanie takich strategii konkurencji. Prowadzenie zróżnicowanych strategii cenowych, programowych na oddzielnym rynkach geograficznych jest normalnym zachowaniem operatorów telewizji kablowej nawet jeśli dotyczy to firmy o pozycji dominującej, jak w przypadku UPC. Zachowanie to bowiem nie jest przejawem nadużywania pozycji dominującej, tylko zachowaniem adekwatnym do struktury rynku i panującej w niej konkurencji. **Dlatego też, zdaniem Prezesa Urzędu, postępowanie UPC na rynku w Wałbrzychu nie może być uznane za zakazaną prawem praktykę ograniczającą konkurencję**, ponieważ znajduje ono wytłumaczenie w strukturze tego rynku. Jest więc ono legalne i dopuszczalne na gruncie prawa antymonopolowego. Innymi słowy, ceny UPC zostały dopasowane do poziomu cen tego rynku. Inna strategia, czyli pobieranie cen przez UPC w wysokości 35, 38 zł, jak wynika to z okoliczności sprawy, spotkała się z brakiem jej akceptacji przez konsumentów. Aby nie przegrać konkurencji z innymi operatorami, którzy w tym czasie byli o kilkanaście złotych tańsi, UPC wprowadziła promocję i obniżyła ceny do poziomu 24,99 zł. Nie jest to zatem cena drapieżna, mająca na celu eliminację konkurentów i monopolizację rynku. Byłaby ona ceną drapieżną, gdyby odbiegała znacząco w dół od cen konkurentów i została wprowadzona po to by po wyeliminowaniu rywali osiągnąć poziom ceny monopolistycznej. Tymczasem cena UPC jest wciąż najwyższa na rynku. I co ważne, również konsumenci na rynku w Wałbrzychu są traktowani przez UPC równoprawnie.

W świetle tego co stwierdzono wyżej, test Arreda-Turnera nie jest przydatny w w prowadzonej sprawie, skoro zachowanie cenowe UPC znajduje inne, racjonalne wytłumaczenie. Co więcej, polityka cenowa UPC zaostriżyła konkurencję w Wałbrzychu.

**Analiza materiału dowodowego nie wskazuje zatem aby celem działań cenowych UPC było monopolizacja rynku wałbrzyskiego (a także Bielawy i Dzierżoniowa).** A tylko taki udowodniony zamiar, zgodnie z cytowaną wcześniej literaturą przedmiotu i orzecznictwem antymonopolowym, byłby przesłanką do stwierdzenia zarzucanej UPC praktyki monopolistycznej.

Istotne znaczenie dla oceny zachowania UPC ma również to, że zróżnicowane strategie cenowe na lokalnych rynkach, prowadzi również Vectra. Obaj operatorzy zachowują się więc podobnie, co niewątpliwie jest przejawem konkurencji panującej pomiędzy nimi. Nie ma więc powodów aby na rynku w Wałbrzychu doszło do interwencji administracyjnej Prezesa Urzędu.

Oparcie dla powyższej oceny, można również znaleźć w dotychczasowym orzecznictwie Sądu Antymonopolowego. W wyrokach z dnia 20 lipca 1994 r., (sygn. akt XVII Amr 14/94) oraz z dnia 12 października 1994 (sygn. akt XVII Amr 30/94). Sąd wyraźnie orzekł, że firma dominująca działająca na kilku rynkach lokalnych nie dokonuje podziału rynku według kryteriów terytorialnych, asortymentowych lub podmiotowych i może na każdym z tych

rynków prowadzić odmienną m. in. politykę cenową, tzn. stosować różne ceny na poszczególnych rynkach lokalnych.

**Tym samym należy stwierdzić, iż UPC nie dopuścił się naruszenia zakazu stosowania praktyki monopolistycznej zawartej w hipotezie art. 8. ust. 2 pkt 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.**

5. Gdy chodzi o zarzut stosowania praktyki monopolistycznej z art. 8 ust. 2. pkt 3 polegającej na stosowaniu w podobnych umowach z osobami trzecimi uciążliwych lub niejednorodnych warunków umów, stwarzającym tym osobom zróżnicowane warunki konkurencji poprzez oferowanie innym operatorom telewizji kablowej programów na dystrybucję których UPC posiada wyłączność na terenie Polski, na warunkach dyskryminujących, to należy stwierdzić, iż nie znalazł on potwierdzenia w zgromadzonych w sprawie materiałach dowodowych. UPC jednoznacznie zaprzeczył jakoby Vectra zwracała się do uczestnika postępowania z prośbą o przesłanie oferty sprzedaży jakiegokolwiek z programów, którymi dysponuje UPC lub rozpoczęcia współpracy handlowej. Z kolei Vectra nie wskazała, innych operatorów, którym UPC udostępniła programy z pakietu Wizja, ani dowodów wskazujących, że występowała o dostęp do konkretnych programów z pakietu Wizja i spotkała się z odmową. Vectra nie zaprzeczyła również twierdzeniom UPC, że ten proponował innym telewizjom kablowym, w tym wnioskodawczyni, sprzedaż własnych programów autorskich, na co żadna z telewizji kablowych nie zareagowała chęcią współpracy.

Postawiony zarzut wymaga również ustosunkowania się do kwestii, jak w świetle prawa antymonopolowego traktowane są prawa wyłączne udzielone licencjodawcy przez licencjodawcę. Otóż, prawa wyłączne przyznawane stronie umowy nie są zakazane prawem antymonopolowym. UPC jako licencjodawca może być zmuszony do zakazu udostępniania programów licencyjnych podmiotom trzecim. Takie klauzule w umowach licencyjnych nie są sprzeczne z regułami konkurencji. Licencjodawcy starają się bowiem w ten sposób bronić przed wieloma nadużyciami i nieuczciwą konkurencją oraz czerpaniem nieuzasadnionych korzyści przez licencjodawców i nielicencjonowanych operatorów. Praktyką monopolistyczną mogłoby dopiero być **tworzenie przez licencjodawcę, w porozumieniu z licencjodawcą, monopolu na danym rynku, w wyniku odmowy sprzedaży licencji konkurentom licencjodawcy lub wymuszanie na licencjodawcy zakazu działania na rynku, na którym funkcjonuje już inny licencjodawca**. Takie postępowanie antymonopolowe musiałoby się jednak toczyć z art. 5 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji konsumentów, który zakazuje porozumień, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym. Jest to więc innego rodzaju praktyka monopolistyczna niż ta, która była przedmiotem postępowania antymonopolowego prowadzonego przed Prezesem Urzędu.

**W tym stanie rzeczy nie zostały naruszone przez UPC Telewizja Kablowa Sp. z o.o również przepisy art. 8. ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.**

**Mając powyższe na uwadze należało orzec jak w sentencji.**

O decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przysługuje stronom odwołanie do Sądu Okręgowego–Sądu Antymonopolowego w Warszawie, w terminie dwutygodniowym od dnia doręczenia decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura we Wrocławiu.

**Otrzymują:**

1. Pełnomocnik Telewizji Kablowej "Vectra" SA  
z siedzibą w Elblągu  
radca prawny Pan Marek Brachmański  
wspólnik Kancelarii Prawniczej s.c.  
50-077 Wrocław  
ul. Kazimierza Wielkiego 67

2. Pełnomocnicy  
adwokat Marek Tadeusiaki Małgorzta Nawrocka\_Mosek  
UPC telewizja Kablowa Sp z o.o.  
02-678 Warszawa  
Ul. Szturmowa 2 A