



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA UOKIK W KRAKOWIE**

Pl. Szczepański 5
31-011 Kraków
Tel./fax (0-12) 421-75-79, 421-74-98
E-mail: krakow@uokik.gov.pl

wersja niezawierająca tajemnicy przedsiębiorstwa

RKR-61-11/15/SJ-31/16

Kraków, dnia 29 grudnia 2016 r.

DECYZJA Nr RKR - 11/2016

I. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (tekst jedn. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) oraz stosownie do treści przepisów art. 33 ust. 4 – 6 tej ustawy w związku z art. 7 *ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw* (Dz. U. poz. 1634) po przeprowadzeniu – wszczętego z urzędu – postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

po uprawdopodobnieniu stosowania przez **Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni** praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na posługiwaniu się – w ramach kampanii reklamowej *Wszystko za 10 zł* – w reklamach:

- 1) telewizyjnych,
- 2) radiowej,
- 3) internetowych, tj.:
 - i. banner,
 - ii. videobanner,
 - iii. mailing,
 - iv. spot internetowy,
- 4) plakatach, billboardach,
- 5) planszach,
- 6) banerze umieszczonym na budynku,
- 7) spotach emitowanych na ekranach znajdujących się w autobusach komunikacji miejskiej lub w metrze,
- 8) ulotkach,
- 9) nadrukach na kopertach,

dotyczących usług oferowanych przez Spółkę, tj. dostępu do telewizji, Internetu, Internetu mobilnego, telefonii stacjonarnej oraz VOD, hasłem: *Wszystko za 10 zł*, które mogło wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie promocyjnej ceny usługi, tj. 10 zł, gdyż

obowiązywała ona jedynie przez ograniczony okres czasu, po upływie którego cena ta osiągała wyższą wartość określoną w regulaminie promocji, bezpośrednio powiązanych z promocją *Wszystko za 10 zł*, obowiązującym dla danej usługi, co może wyczerpywać znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206 ze zm.), a tym samym stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i po zobowiązaniu się przez Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni do podjęcia następujących działań, w tym zmierzających również do usunięcia negatywnych skutków powyżej opisanej praktyki:

A. przyznania rekompensaty konsumentom, którzy zawarli umowę o świadczenie co najmniej jednej z usług telekomunikacyjnych oferowanych przez Spółkę, tj. dostępu do telewizji cyfrowej, szerokopasmowego Internetu, Internetu mobilnego oraz telefonii stacjonarnej, w ramach promocji: *Wszystko za 10 zł*, tj. od dnia 12 września 2015 roku do dnia 29 lutego 2016 roku i na dzień skierowania do nich pism, o których mowa w **punkcie I.B.4. sentencji niniejszej decyzji**, pozostają stroną takiej umowy lub innej zawartej ze Spółką, polegającej na:

A.1. możliwości uzyskania, na okres 3 (trzech) pełnych miesięcy rozliczeniowych, dostępu do jednego dodatkowego pakietu do każdej usługi, z której korzysta konsument, na następujących zasadach:

- i. w zakresie usługi telewizji cyfrowej rekompensatę będą stanowić pakiety Premium telewizji cyfrowej, tj.:
 - a. *Pakiet Premium Filmbox* będzie dostępny dla abonentów, którzy nie posiadają takiego pakietu,
 - b. *Pakiet Sport na Ostro* będzie dostępny dla abonentów, którzy nie posiadają takiego pakietu oraz korzystają z *Pakietu Premium Filmbox*,
 - c. *Pakiet Cinemax* będzie dostępny dla abonentów, którzy nie posiadają takiego pakietu oraz korzystają z *Pakietu Premium Filmbox* oraz *Pakietu Sport na Ostro*,
- ii. w zakresie usługi szerokopasmowego dostępu do Internetu rekompensata będzie polegać na:
 - a. zwiększeniu prędkości transmisji danych do 30 Mb/s, jeśli abonent korzysta z pakietu internetowego o prędkości 10 Mb/s lub 15 Mb/s,
 - b. zwiększeniu prędkości transmisji danych do 50 Mb/s, jeśli abonent korzysta z pakietu internetowego o prędkości 20 Mb/s lub 30 Mb/s,
 - c. zwiększeniu prędkości transmisji danych do 100 Mb/s, jeśli abonent korzysta z pakietu internetowego o prędkości 40 Mb/s lub 50 Mb/s,
 - d. zwiększeniu prędkości transmisji danych do 150 Mb/s, jeśli abonent korzysta z pakietu internetowego o prędkości 100 Mb/s,
 - e. przyznaniu dodatkowego pakietu Internetu mobilnego (1 GB), jeśli abonent korzysta z pakietu internetowego o prędkości 150 Mb/s lub z uwagi na ograniczenia techniczne nie może skorzystać ze zwiększenia prędkości transmisji danych określonych w punkcie I.A.1.ii.a. – d.

- iii. w zakresie usługi telefonii stacjonarnej (z wyjątkiem pakietu: *Domowy bez limitu*) rekompensata będzie polegać na przyznaniu dodatkowych 150 minut miesięcznie do zrealizowania w ramach posiadanej usługi,
- iv. w zakresie usługi telefonii stacjonarnej w ramach pakietu: *Domowy bez limitu* rekompensata będzie polegać na przyznaniu dodatkowego pakietu minut w ramach telefonii mobilnej (150 minut / 15 sms / 150 Mb miesięcznie wraz z kartą SIM),
- v. w zakresie usługi Internetu mobilnego rekompensata będzie polegać na przyznaniu dodatkowego pakietu Internetu mobilnego (1 GB) wraz z dodatkową kartą SIM,

albo

A.2. udzieleniu rabatu (upustu cenowego), na okres 3 (trzech) pełnych miesięcy rozliczeniowych, wynoszącego 10 zł brutto miesięcznie do obecnie obowiązujących konsumenta opłat abonamentowych za poszczególne usługi, z których on korzysta;

wybór pomiędzy rekompensatą określoną w **punkcie I.A.1.**, a **I.A.2. sentencji niniejszej decyzji** będzie należał do konsumenta; jeśli nie podejmie on decyzji w tej kwestii w terminie określonym w **punkcie I.B.1. sentencji niniejszej decyzji**, to Spółka przyzna mu rekompensatę, o której mowa w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji**,

B. przekazania konsumentom informacji o możliwości skorzystania z przysługującej im rekompensaty, o której mowa w **punkcie I.A. sentencji niniejszej decyzji**, przy czym:

B.1. termin na dokonanie wyboru formy rekompensaty przez konsumenta zostanie wskazany w piśmie, o którym mowa w **punkcie I.B.4. sentencji niniejszej decyzji**, przy czym będzie on określony jako data dzienna obliczona uprzednio przez Spółkę poprzez dodanie co najmniej 60 dni od dnia rozpoczęcia wysyłki pism do konsumentów,

B.2. Spółka wskaże w treści pisma, że niedokonanie przez konsumenta wyboru formy rekompensaty w terminie, o którym mowa w **punkcie I.B.1. sentencji niniejszej decyzji** będzie skutkowało przyznaniem konsumentowi rekompensaty na zasadach określonych w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji**,

B.3. Spółka zobowiąże się również do automatycznej dezaktywacji dodatkowych pakietów usług przyznanych konsumentowi w ramach rekompensaty, o której mowa w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji** po upływie okresu wskazanego w ww. punkcie,

B.4. informacja przesłana konsumentom będzie miała następującą treść:

„Szanowni Państwo,

Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni, będąca Państwa dostawcą usług telekomunikacyjnych, uprzejmie informuje, iż w związku z możliwością powstania wątpliwości po Państwa stronie, dotyczących treści przekazu reklamowego, prezentowanego w ramach kampanii reklamowej *Wszystko za 10 zł*, a także w celu realizacji zobowiązania przyjętego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w ramach decyzji nr RKR-11/2016 wydanej w dniu 29 grudnia 2016 r. na podstawie art. 28 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) oraz mając na względzie satysfakcję swoich Klientów,

proponuje Państwu udzielenie rekompensaty zależnej od Państwa wyboru, w formie skorzystania z następujących możliwości:

(1) dostępu do dodatkowych pakietów usług,
albo

(2) upustu cenowego do obecnie obowiązujących Państwa opłat abonamentowych.

W przypadku, gdy korzystają Państwo z więcej niż jednej usługi, nie ma możliwości wyboru formy rekompensaty polegającej zarówno na upuście cenowym, jak i dostępie do danego dodatkowego pakietu usług. Można wówczas wybrać tylko jedną z ww. form rekompensaty.

Państwa wybór z zaprezentowanych powyżej możliwości dotyczących formy rekompensaty odbywać się będzie na poniżej opisanych zasadach.

W celu wyboru formy rekompensaty powinni Państwo złożyć pisemne oświadczenie, zgodnie z załączonym wzorem, który wymaga zaznaczenia Państwa decyzji odnośnie wyboru rekompensaty oraz podania danych identyfikacyjnych, tj.: imienia i nazwiska, adresu zamieszkania i numeru abonenta. Przedmiotowe pismo powinno również zawierać odręczny podpis i zostać dostarczone Vectra S.A. W tym celu prosimy o jego wysłanie na adres: lub dostarczenie do lokalnego Biura Obsługi Klienta/Salonu Firmowego w nieprzekraczalnym terminie, tj. nie później niż do dnia

Jednocześnie wyjaśniamy, że jeżeli nie dokonają Państwo wyboru formy rekompensaty w powyżej wskazanym terminie, to zostanie ona Państwu udzielona w formie dostępu do dodatkowych pakietów usług na warunkach wskazanych w niniejszym piśmie.

Rekompensata w formie dodatkowych pakietów usług zostanie Państwu udzielona na następujących zasadach:

1. jeżeli korzystacie Państwo z 1 usługi, w ramach rekompensaty usługa ta zostanie poszerzona o dodatkowy pakiet,
2. jeżeli korzystacie Państwo z 2 lub więcej usług, w ramach rekompensaty otrzymacie Państwo dodatkowy pakiet do każdej z tych usług.

Przygotowany dla Państwa pakiet obejmuje:

(w tym miejscu zostanie wstawiony zindywidualizowany opis usług dopasowany do usług posiadanych przez Abonenta)

W przypadku skorzystania z powyższej formy rekompensaty świadczenie wybranych przez Państwa dodatkowych pakietów usług będzie realizowane przez okres 3 (trzech) pełnych miesięcy rozliczeniowych, tj. w okresie od dnia ... do dnia

Wskazujemy również, że przyznany Państwu dodatkowy pakiet usług zostanie dezaktywowany po upływie ww. okresu. Powyższe nastąpi automatycznie i nie będzie wymagało od Państwa jakichkolwiek dodatkowych czynności.

W razie wyboru rekompensaty w formie upustu cenowego, polegającego na obniżeniu Państwa opłaty abonamentowej o 10,00 zł za jeden miesiąc, obniżka dotyczyć będzie każdej świadczonej Państwu usługi głównej, tj. telewizyjnej, szerokopasmowego dostępu do Internetu, telefonicznej oraz Internetu mobilnego, przez okres 3 (trzech) pełnych miesięcy rozliczeniowych, tj. w okresie od dnia ... do dnia, niezależnie od tego, czy umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawarta w ramach promocji: *Wszystko za 10 zł* ulegała następnie zmianom poprzez skorzystanie przez

Państwa z innych promocji bądź poszerzenie dotychczasowego pakietu usług o dodatkową usługę główną. Możliwość skorzystania z upustu cenowego nie obejmuje usług głównych, które nabyte zostaną przez Państwa po dniu wysłania do Państwa niniejszej korespondencji. W niniejszej sytuacji otrzymają Państwo *rachunek/fakturę* potwierdzającą przyznanie ww. upustu.

W tym miejscu chcielibyśmy podkreślić, że szeroko pojęta satysfakcja naszych Abonentów jest dla nas priorytetem, dlatego wierzymy, że zaproponowane rozwiązania spotkają się z zadowoleniem z Państwa strony.”

- C. przyznania rekompensaty konsumentom, którzy zawarli umowę o świadczenie poszczególnych usług telekomunikacyjnych oferowanych przez Spółkę, tj. dostępu do telewizji, Internetu, Internetu mobilnego oraz telefonii stacjonarnej, w ramach promocji: *Wszystko za 10 zł*, tj. od dnia 12 września 2015 roku do dnia 29 lutego 2016 roku i na dzień skierowania do nich pism, o których mowa w **punkcie I.D.3. sentencji niniejszej decyzji** nie pozostają stroną takiej umowy lub jakiegokolwiek innej zawartej ze Spółką, poprzez udzielenie im zwrotu w wysokości 30 zł za każdą usługę, z której korzystali w ramach promocji *Wszystko za 10 zł* i wypłaty należnej im kwoty poprzez dokonanie przelewu na rachunek bankowy konsumenta albo zastosowanie formy przekazu pocztowego,
- D. przekazania konsumentom informacji o możliwości skorzystania z przysługującej im rekompensaty, o której mowa w **punkcie I.C. sentencji niniejszej decyzji**, przy czym:
- D.1.** termin na przekazanie przez konsumenta informacji o numerze rachunku bankowego, na który należy zwrócić przysługującą mu kwotę pieniężną, zostanie wskazany w piśmie, o którym mowa w **punkcie I.D.3. sentencji niniejszej decyzji**, przy czym będzie on określony jako data dzienna obliczona uprzednio przez Spółkę poprzez dodanie co najmniej 30 dni od dnia rozpoczęcia wysyłki pism do konsumentów,
- D.2.** Spółka wskaże w treści pisma, że niewskazanie przez konsumenta numeru rachunku bankowego w terminie, o którym mowa w **punkcie I.D.1. sentencji niniejszej decyzji** będzie skutkowało zwróceniem należnej mu kwoty pieniężnej przekazem pocztowym, na koszt Spółki, na adres korespondencyjny wskazany przez niego w umowie,
- D.3.** informacja przesłana konsumentom będzie miała następującą treść:
- „Szanowni Państwo,

Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni, będąca uprzednio Państwa dostawcą usług telekomunikacyjnych, uprzejmie informuje, iż w związku z możliwością powstania wątpliwości po Państwa stronie, dotyczących treści przekazu reklamowego, prezentowanego w ramach kampanii reklamowej *Wszystko za 10 zł*, a także w celu realizacji zobowiązania przyjętego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w ramach decyzji nr RKR-11/2016 wydanej w dniu 29 grudnia 2016 r. na podstawie art. 28 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (tekst jedn. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.), przyznaje Państwu jednorazową rekompensatę w formie zwrotu kwoty 30,00 zł za każdą usługę nabytą przez Państwa w ramach promocji: *Wszystko za 10 zł*.

W celu skorzystania z przyznanej rekompensaty prosimy o pisemne podanie numeru Państwa rachunku bankowego, na które zostanie ona Państwu przekazana przelewem, wraz z danymi identyfikacyjnymi, tj.: imieniem, nazwiskiem i adresem zamieszkania.

Przedmiotowe pismo powinno również zawierać odręczny podpis i zostać dostarczone do Vectra S.A. poprzez jego wysłanie na adres lub dostarczenie do lokalnego Biura Obsługi Klienta/Salonu Firmowego w nieprzekraczalnym terminie, tj. nie później niż do dnia

W przypadku braku odpowiedzi z Państwa strony w powyżej określonym terminie, rekompensata zostanie Państwu zwrócona przez Vectra S.A., na jej koszt, przekazem pocztowym na adres korespondencyjny wskazany przez Państwa w ostatniej umowie, wiążącej Państwa z Vectra S.A.”,

E. opublikowania w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji jej treści na oficjalnej stronie internetowej Spółki pod adresem: www.vectra.pl lub innej obowiązującej w trakcie obowiązku utrzymania w formie odnośnika – zamieszczonego na stronie głównej Spółki – kierującego odwiedzającego stronę do treści decyzji (www.vectra.pl/decyzjaUOKiK) i utrzymywania jej w powyżej określony sposób przez okres 60 (sześćdziesięciu) dni od dnia jej publikacji,

F. opublikowania oświadczenia o poniższej treści:

"W związku z realizacją zobowiązań objętych treścią decyzji administracyjnej nr RKR-11/2016 wydanej przez Prezesa UOKiK 29 grudnia 2016 r. Vectra S.A. informuje, że w reklamach stosowanych w ramach kampanii „Wszystko za 10 zł” Spółka nie informowała o ograniczonym okresie obowiązywania ceny prezentowanej w hasle reklamowym „Wszystko za 10 zł”, co mogło wprowadzić konsumentów w błąd co do promocyjnej ceny usług oferowanych przez Spółkę."

w Programie Drugim Telewizji Polskiej (TVP 2) w ten sposób, że:

- publikacja będzie miała formę co najmniej piętnastosekundowego filmu,
- oświadczenie zostanie przeczytane przez lektora oraz wyświetlone na ekranie,
- film będzie wyświetlony 3 razy, raz w ciągu dnia, przez 3 dni z rzędu,
- wyświetlenie każdego z filmów nastąpi w ramach bloku reklamowego emitowanego między 17.30 a 19.30,

nakłada się obowiązek wykonania tego zobowiązania w następujących terminach:

- w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji w zakresie punktu I.B, I.D. oraz I.E. sentencji niniejszej decyzji,

- w terminie do 30 dni od dnia upływu terminu, wskazanego w komunikacie, o którym mowa w punkcie I.D. sentencji niniejszej decyzji, do złożenia przez konsumenta oświadczenia co do formy zwrotu należnej mu kwoty pieniężnej, w razie wskazania przez konsumenta w wyznaczonym mu terminie numeru rachunku bankowego, na który należy przekazać przysługującą mu kwotę pieniężną ustaloną w sposób określony w punkcie I.C. sentencji niniejszej decyzji,

- w terminie do 60 dni od dnia upływu terminu, wskazanego w komunikacie, o którym mowa w punkcie I.D. sentencji niniejszej decyzji, do złożenia przez konsumenta oświadczenia co do formy zwrotu należnej mu kwoty pieniężnej, w razie konieczności skierowania do danego konsumenta przekazu pocztowego, za pośrednictwem którego zostanie mu przesłana przysługująca mu kwota pieniężna ustalona w sposób określony w punkcie I.C. sentencji niniejszej decyzji,

- w terminie do 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji w zakresie punktu I.F. sentencji niniejszej decyzji,

- w terminie 8 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji w zakresie punktu I.A. sentencji niniejszej decyzji.

II. Na podstawie art. 28 ust. 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* oraz stosownie do treści przepisów art. 33 ust. 4 – 6 tej *ustawy* w związku z art. 7 *ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw*

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

nakłada się na Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni obowiązek złożenia – w terminie 11 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji – sprawozdania z realizacji wykonania przyjętego zobowiązania poprzez:

- 1) przedłożenie w wersji papierowej oraz elektronicznej zrzutów z ekranu (z widoczną datą ich sporządzenia) ze strony internetowej Spółki, tj. www.vectra.pl (lub każdej innej strony internetowej Spółki zastępującej tę stronę) z pierwszego oraz ostatniego dnia utrzymywania informacji, o której mowa w **punkcie I.E. sentencji niniejszej decyzji** oraz podstrony zawierającej treść niniejszej decyzji,
- 2) wskazanie liczby konsumentów objętych zobowiązaniem określonym w **punkcie I. sentencji niniejszej decyzji**,
- 3) określenie ogólnej liczby usług telekomunikacyjnych objętych zobowiązaniem, o którym mowa w **punkcie I. sentencji niniejszej decyzji**,
- 4) wskazanie liczby konsumentów, do których Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni wysłała pismo, o którym w **punkcie I.B. sentencji niniejszej decyzji**,
- 5) przekazanie kopii pism z informacją, o której mowa w **punkcie I.B. sentencji niniejszej decyzji** wysłanych do 30 różnych konsumentów z uwzględnieniem różnych opcji określonych w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji**,
- 6) przedłożenie kopii pism z informacją, o której mowa w **punkcie I.B. sentencji niniejszej decyzji**, wysłanych do 5 różnych konsumentów z uwzględnieniem różnych opcji określonych w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji**, którzy następnie nie dokonali wyboru rekompensaty w terminie określonym w **punkcie I.B.1. sentencji niniejszej decyzji**,
- 7) wskazanie liczby i rodzajów usług, co do których konsumenci zgłosili wybór rekompensaty, o której mowa w **następujących punktach**:
 - a) **I.A.1.i.a. sentencji niniejszej decyzji**,
 - b) **I.A.1.i.b. sentencji niniejszej decyzji**,
 - c) **I.A.1.i.c. sentencji niniejszej decyzji**,
 - d) **I.A.1.ii.a. sentencji niniejszej decyzji**,
 - e) **I.A.1.ii.b. sentencji niniejszej decyzji**,
 - f) **I.A.1.ii.c. sentencji niniejszej decyzji**,
 - g) **I.A.1.ii.d. sentencji niniejszej decyzji**,
 - h) **I.A.1.ii.e. sentencji niniejszej decyzji**,
 - i) **I.A.1.iii. sentencji niniejszej decyzji**,
 - j) **I.A.1.iv. sentencji niniejszej decyzji**,

- k) **I.A.1.v. sentencji niniejszej decyzji,**
- l) **I.A.2. sentencji niniejszej decyzji,**
- 8) przekazanie w wersji elektronicznej, np. na płycie CD, po 1 kopii dokumentów lub innych środków dowodowych potwierdzających fakt, że Spółka otrzymała informację od konsumenta, że wybiera on rekompensatę poprzez przyznanie mu poszczególnych dodatkowych pakietów usług, o których mowa w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji**, jeśli takie znajdują się w posiadaniu Spółki,
- 9) przedłożenie w wersji elektronicznej, np. na płycie CD, przykładowych środków dowodowych potwierdzających fakt, że Spółka aktywowała 15 różnym konsumentom dodatkowe pakiety usług na zasadach określonych w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji**, jeśli takie znajdują się w posiadaniu Spółki,
- 10) określenie liczby konsumentów, którym Spółka uruchomiła dodatkowe pakiety usług wskazane w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji** w sytuacji, gdy nie dokonali oni wyboru formy rekompensaty w terminie określonym w **punkcie I.B.1. sentencji niniejszej decyzji**,
- 11) wskazanie ogólnej liczby usług, co do których konsumenci nie zgłosili wyboru rekompensaty w terminie określonym w **punkcie I.B.1. sentencji niniejszej decyzji**, przez co w ramach danej usługi zostały aktywowane dodatkowe pakiety usług,
- 12) określenie liczby poszczególnych rodzajów rekompensat przyznanych przez Spółkę w ramach danej usługi w sytuacji, gdy konsumenci nie dokonali wyboru formy rekompensaty w terminie określonym w **punkcie I.B.1. sentencji niniejszej decyzji** z uwzględnieniem poniższych punktów:
 - a) **I.A.1.i.a. sentencji niniejszej decyzji,**
 - b) **I.A.1.i.b. sentencji niniejszej decyzji,**
 - c) **I.A.1.i.c. sentencji niniejszej decyzji,**
 - d) **I.A.1.ii.a. sentencji niniejszej decyzji,**
 - e) **I.A.1.ii.b. sentencji niniejszej decyzji,**
 - f) **I.A.1.ii.c. sentencji niniejszej decyzji,**
 - g) **I.A.1.ii.d. sentencji niniejszej decyzji,**
 - h) **I.A.1.ii.e. sentencji niniejszej decyzji,**
 - i) **I.A.1.iii. sentencji niniejszej decyzji,**
 - j) **I.A.1.iv. sentencji niniejszej decyzji,**
 - k) **I.A.1.v. sentencji niniejszej decyzji,**
- 13) wskazanie liczby konsumentów, do których Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni skierowała korespondencję, o której mowa w **punkcie I.D. sentencji niniejszej decyzji**,
- 14) przekazanie kopii pism z informacją, o której mowa w **punkcie I.D. sentencji niniejszej decyzji** wysłanych do 10 różnych konsumentów,
- 15) przedłożenie kopii pism z informacją, o której mowa w **punkcie I.D. sentencji niniejszej decyzji**, wysłanych do 5 różnych konsumentów, którzy następnie nie wskazali numeru rachunku bankowego, na który Spółka powinna przekazać należną im kwotę, w terminie określonym w **punkcie I.D.1. sentencji niniejszej decyzji**,

- 16) wskazanie liczby konsumentów, którym Spółka wypłaciła należną im kwotę na rachunek bankowy w zakresie zobowiązania określonego w **punkcie I.C. i I.D. sentencji niniejszej decyzji**,
- 17) przekazanie kopii dokumentów potwierdzających fakt dokonania przez Spółkę wypłaty należnej kwoty na rachunek bankowy na rzecz 5 różnych konsumentów w zakresie zobowiązania określonego w **punkcie I.C. i I.D. sentencji niniejszej decyzji**,
- 18) wskazanie liczby konsumentów, którym Spółka wypłaciła należną im kwotę poprzez skierowanie do nich przekazu pocztowego w zakresie zobowiązania określonego w **punkcie I.C. i I.D. sentencji niniejszej decyzji**,
- 19) przekazanie kopii dokumentów potwierdzających fakt dokonania przez Spółkę wypłaty należnej kwoty poprzez skierowanie przekazu pocztowego do 5 różnych konsumentów w zakresie zobowiązania określonego w **punkcie I.C. i I.D. sentencji niniejszej decyzji**,
- 20) wskazanie daty rozpoczęcia wysyłki do konsumentów komunikatów, o których mowa w **punkcie I.B. oraz I.D. sentencji niniejszej decyzji**,
- 21) poinformowanie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o dacie planowanego opublikowania w Programie Drugim Telewizji Polskiej (TVP 2) oświadczenia o treści wskazanej w **punkcie I.F. sentencji niniejszej decyzji**, na 7 dni przed planowanym dniem publikacji ze wskazaniem daty i godziny planowanej publikacji,
- 22) przesłanie materiału, który został opublikowany w Programie Drugim Telewizji Polskiej (TVP 2) i dokumentów potwierdzających zarezerwowanie i opłacenie czasu antenowego w Programie Drugim Telewizji Polskiej (TVP 2).

UZASADNIENIE

29 września 2015 roku – postanowieniem nr RKR-255/2015 – Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „organ ochrony konsumentów” lub „Prezes Urzędu”) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy działania Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni (dalej również jako: „Przedsiębiorca”, „Spółka”, „Vectra”) podejmowane w związku z kampanią reklamową „Wszystko za 10 zł” uzasadniają wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* (dalej również: „*ustawa o ochronie ...*”). Powyższe postępowanie zostało wszczęte w związku ze stałym, bieżącym monitorowaniem przez Prezesa Urzędu działań reklamowych podejmowanych przez podmioty działające m. in. na rynku usług telekomunikacyjnych.

W toku postępowania wyjaśniającego Prezes Urzędu wezwał Spółkę do dostarczenia informacji w zakresie prowadzonej przez nią kampanii reklamowej: *Wszystko za 10 zł* dotyczącej oferowanych przez Vectrę usług dostępu do telewizji, Internetu, Internetu mobilnego, telefonii stacjonarnej oraz VOD w środkach masowego przekazu, a także do dostarczenia innych informacji i dokumentów związanych z reklamowanymi przez nią usługami w ramach krajowej promocji: *Wszystko za 10 zł*.

Na podstawie całokształtu ustaleń dokonanych w toku ww. postępowania Prezes Urzędu postanowieniem nr RKR-301/2015 wszczął w dniu 30 grudnia 2015 roku postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni praktyk naruszających

zbiorowe interesy konsumentów w zakresie wskazanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji.

Jednocześnie – postanowieniem nr RKR – 302/2016 z dnia 30 grudnia 2015 roku – Prezes Urzędu zaliczył w poczet materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu dokumenty, wyjaśnienia i inne dowody uzyskane w toku ww. postępowania wyjaśniającego o sygnaturze RKR-403-18/15/SJ, a to:

- notatkę z dnia 29 września 2015 roku ze sporządzenia wydruku z Centralnej Informacji Krajowego Rejestru Sądowego, zn. RKR-403-18/15/SJ-1/15, wraz z załącznikiem,
- notatkę z dnia 1 października 2015 roku ze sporządzenia wydruków ze strony internetowej Spółki, zn. RKR-403-18/15/SJ-3/15, wraz z załącznikami,
- pismo wezwanego z dnia 21 października 2015 roku wraz z załącznikami,
- wezwanie zn. RKR-403-18/15/SJ-7/15 z dnia 4 listopada 2015 roku,
- wezwanie zn. RKR-403-18/15/SJ-8/15 z dnia 12 listopada 2015 roku,
- pismo wezwanego z dnia 10 listopada 2015 roku wraz z załącznikami,
- pismo wezwanego z dnia 20 listopada 2015 roku wraz z załącznikiem.

Pismem z dnia 30 grudnia 2015 roku Spółka została zawiadomiona o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W piśmie z dnia 27 stycznia 2016 roku Vectra zaprezentowała swoje szczegółowe stanowisko dotyczące zarzutu określonego w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji oraz wyraziła chęć zakończenia niniejszego postępowania poprzez wydanie decyzji zobowiązującej na zasadach opisanych w art. 28 *ustawy o ochronie ...*, w tym przedstawiła wstępną propozycję zobowiązania. Zobowiązanie to zostało następnie zmienione oraz uszczegółowione w pismach Spółki z dnia 18 marca, 12 maja, 26 sierpnia, 23 listopada oraz 14 grudnia 2016 roku.

Zawiadomieniem z dnia 15 grudnia 2016 roku strona została zawiadomiona o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy. Przedsiębiorca nie skorzystał z przysługującego mu prawa.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni jest wpisana pod numerem KRS 0000089460 do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonego przez Sąd Rejonowy Gdańsk-Północ w Gdańsku, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego. Przedsiębiorca w ramach swojej działalności gospodarczej oferuje konsumentom możliwość zawarcia umowy o świadczenie różnego rodzaju usług telekomunikacyjnych m. in. dostępu do telewizji, Internetu, Internetu mobilnego, telefonii stacjonarnej oraz VOD.

12 września 2015 roku Spółka wprowadziła nową ofertę promocyjną, tj. *Wszystko za 10 zł*. Jej zasady regulował *REGULAMIN PROMOCJI – Promocja Krajowa* (dalej również: „Regulamin”), który wskazuje, że miała ona początkowo obowiązywać od 12 września 2015 roku do 31 grudnia 2015 roku. Analiza *Regulaminu* wykazała, że skorzystać z tej oferty mogły pełnoletnie osoby fizyczne, zamieszkałe w zasięgu sieci na obszarach których, ze względów technicznych, jest możliwe korzystanie z usług Przedsiębiorcy (zwane dalej również jako: „abonent”, „uczestnik”). Ponadto ww. osoby nie mogły mieć wobec Vectry zaległych płatności z jakiegokolwiek tytułu. Z promocji *Wszystko za 10 zł* mogli skorzystać uczestnicy, którzy w okresie trwania promocji podpiszą umowę ze Spółką (nowi abonenci Vectry) lub dokonają zmiany warunków dotychczasowej umowy (aktualni abonenci Spółki) poprzez dokupienie co najmniej jednej nowej usługi na promocyjnych warunkach. Przez nową usługę należy rozumieć

taką, z której abonent nie korzystał w ramach dotychczasowej oferty Spółki w chwili zawarcia umowy lub zmiany jej warunków. Ponadto ww. promocja funkcjonuje na następujących zasadach (poniżej opisane mają istotne znaczenie dla niniejszego postępowania):

- a) opłata abonamentowa i powiązana¹ zostaje obniżona do 10 zł brutto za każdą nową usługę z osobna na następujących warunkach:
 - konieczne jest zawarcie umowy przez nowych abonentów Spółki lub zmiana warunków umowy przez jej aktualnych abonentów z minimalnym okresem zobowiązania określonym w regulaminach promocji bezpośrednio powiązanych z promocją *Wszystko za 10 zł* np. 12, 15, 18, 24 – miesięcznym lub innym,
 - dla umów zawartych we wrześniu 2015 roku ww. obniżenie nastąpi w okresie 3 pierwszych pełnych okresów rozliczeniowych,
 - dla umów zawartych w październiku 2015 roku i następnych miesiącach do końca okresu obowiązywania promocji, tj. początkowo do 31 grudnia 2015 roku (ostatecznie do 29 lutego 2016 roku), ww. obniżenie nastąpi w okresie 2 pierwszych pełnych okresów rozliczeniowych,
- b) opłata jednorazowa (opłata aktywacyjna i instalacyjna) jest obniżona do 10 zł brutto przy zakupie co najmniej 1 nowej usługi świadczonej przez Spółkę z 24 – miesięcznym okresem zobowiązania.

Po upływie ww. minimalnych okresów obniżenia opłaty abonamentowej i powiązanej do 10 zł przez pozostały okres obowiązują ceny wyższe, określone w regulaminach promocji bezpośrednio powiązanych z promocją *Wszystko za 10 zł*. Spółka wyjaśniła, że: *rabat/ulga, polegający/a na czasowym obniżeniu cen Nowych Usług do wysokości 10, - zł (jw.) stanowi dodatkowy upust cenowy dla Abonenta, przyznawany do już udzielonej na podstawie danego szczegółowego Regulaminu Promocji (z którego Abonent decyduje się skorzystać) ulgi od cen standardowych (cennikowych), a obowiązującej przez Okres Zobowiązania. Przykładowo, w przypadku umowy dostępu do usługi Superszybkiego Internetu w pakiecie do 100 Mb/s zawartej w październiku 2015 roku w ramach promocyjnej oferty: Wszystko za 10 zł na okres 24 miesiące, opłata abonamentowa po 2 pierwszych, pełnych okresach rozliczeniowych z 10 zł wzrasta na pozostałe 22 miesiące do 55 zł miesięcznie, a w przypadku usługi telewizyjnej w pakiecie Super Film & Sport (z opcją HD) – do 89,90 zł miesięcznie. W tym zakresie należy mieć na uwadze również to, że pozostały okres obowiązywania może mieścić się w przedziałach:*

- 9 lub 10 miesięcy,
- 12 lub 13 miesięcy,
- 15 lub 16 miesięcy,
- 21 lub 22 miesięcy.

Niezależnie od powyższego, organ ochrony konsumentów na podstawie wyjaśnień oraz dokumentów przekazanych przez Spółkę ustalił również, że w ramach promocji *Wszystko za 10 zł* obowiązywało w sumie pięć różnych regulaminów promocji, w tym ten który został opisany wcześniej (wszystkie pod nazwą: *REGULAMIN PROMOCJI – Promocja Krajowa*). Poszczególne *Regulaminy* obowiązywały w różnych terminach:

¹ opłata powiązana - opłata niebędąca Opłatą Abonamentową oraz opłatą za Usługi Dodatkowe, powiązana z Usługą, określona w Cenniku, np. opłata za dostęp do pakietów programowych Telewizji cyfrowej, niezbędna do świadczenia Usługi (tak w punkcie 2. *Regulaminu świadczenia usług Vectra* dostępnym na stronie internetowej Spółki: <https://sprzedaz.vecetra.pl/dokument?n=9b6e52a041e63b3dd4c04b539e87b6e2>).

- a) od 12 września 2015 roku do 31 grudnia 2015 roku (pierwszy, który został szczegółowo opisany wcześniej),
- b) od 12 września 2015 roku do 10 listopada 2015 roku,
- c) od 10 listopada 2015 roku do 17 listopada 2015 roku,
- d) od 17 listopada 2015 roku do 30 listopada 2015 roku,
- e) od 24 listopada 2015 roku do 29 lutego 2016 roku.

Każdy z nich przewidywał ograniczony okres obowiązywania promocyjnej ceny usługi, tj. 10 zł, a kwestia ta jest najważniejsza dla niniejszego postępowania. Różnice polegały m. in. na tym, że:

- w *Regulaminach* obowiązujących w okresach wskazanych w lit. c), d) i e) została przewidziana możliwość obniżenia opłaty abonamentowej do 10 złotych brutto dla wszystkich usług znajdujących się w ramach zestawu określonych usług przygotowanego przez Vectrę np. telewizja razem z Internetem za 10 zł miesięcznie (na okres dwóch miesięcy)²,
- w *Regulaminie* obowiązującym od 24 listopada 2015 roku do 29 lutego 2016 roku Spółka wskazała również, że przy zakupie dodatkowej, nowej usługi przez jej aktualnego abonenta następowało dodatkowe obniżenie opłaty abonamentowej do 10 zł brutto dla jednej usługi, z której dotychczas korzystał uczestnik (na okres jednego miesiąca)³.

Wskazane zmiany nie są wprost związane z zarzutem określonym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji, przez co nie będą one szczegółowo omawiane.

Na podstawie wyjaśnień Vectry, jak i treści powyżej wskazanych dokumentów ustalono, że promocja *Wszystko za 10 zł* obowiązywała dłużej niż było to początkowo zaplanowane, tj. do dnia 29 lutego 2016 roku. Do tego dnia Spółka zawierała umowy z konsumentami w ramach ww. promocji.

Spółka wskazała, że z oferty *Wszystko za 10 zł* skorzystało [] konsumentów. Ponadto Vectra doprecyzowała, że promocją zostało objętych [] usług, w tym na dzień 30 kwietnia 2016 roku aktywnych pozostawało [] z nich.

Ponadto Prezes Urzędu ustalił, że Vectra na potrzeby kampanii reklamowej *Wszystko za 10 zł* przygotowała wiele materiałów marketingowych, tj. reklamy telewizyjne, radiowe, internetowe (np. mailing, bannery, videobannery, spoty internetowe), nadruki umieszczane na kopertach, spoty prezentowane na ekranach znajdujących się w autobusach, metrże, billboardy, plakaty (wyklejane m. in. na tyłach autobusów, jak i umieszczanych wewnątrz nich, a także pojazdów szybkiej kolei miejskiej, czy też na tablicach billboardowych), ulotki, plansze (prezentowane m. in. na kanale informacyjnym dostępnym dla abonentów telewizji cyfrowych i analogowych, ekranach systemu kolejkowego w wybranych salonach firmowych). Wymienione materiały reklamowe opierały się na hasle reklamowym: *Wszystko za 10 zł*. Jednocześnie w żadnej z reklam publikowanych za pomocą ww. nośników przekazu nie wyjaśniono, przez jaki okres czasu obowiązywała promocyjna cena usług pojawiająca się w ww. hasle.

Spółka wskazała również, że kampanię reklamową: *Wszystko za 10 zł* formalnie zakończyła 31 grudnia 2015 roku.

Treść materiałów marketingowych stosowanych przez Spółkę prezentowała się w sposób przedstawiony na kolejnych stronach niniejszej decyzji. Ich treść została ustalona na podstawie zawartości plików znajdujących się na płytach CD stanowiących odpowiednio

² Szczegóły w § 2 ust. 3, 4 i 5 *Regulaminu*.

³ Szczegóły w § 2 ust. 6 i 7 *Regulaminu*.

załącznik do poszczególnych pism Vectry, tj. z dnia 21 października oraz 20 listopada 2015 roku, a także 27 stycznia 2016 roku.

ad. 1) reklamy telewizyjne

Spoty emitowane w telewizji trwały 10 sekund (*Biznesmen, Mama Syn, Zbitka, Dziadek, Nastolatka*) lub 30 sekund (*Vectra_30s*). Były one emitowane w okresie od 12 września 2015 roku do [].

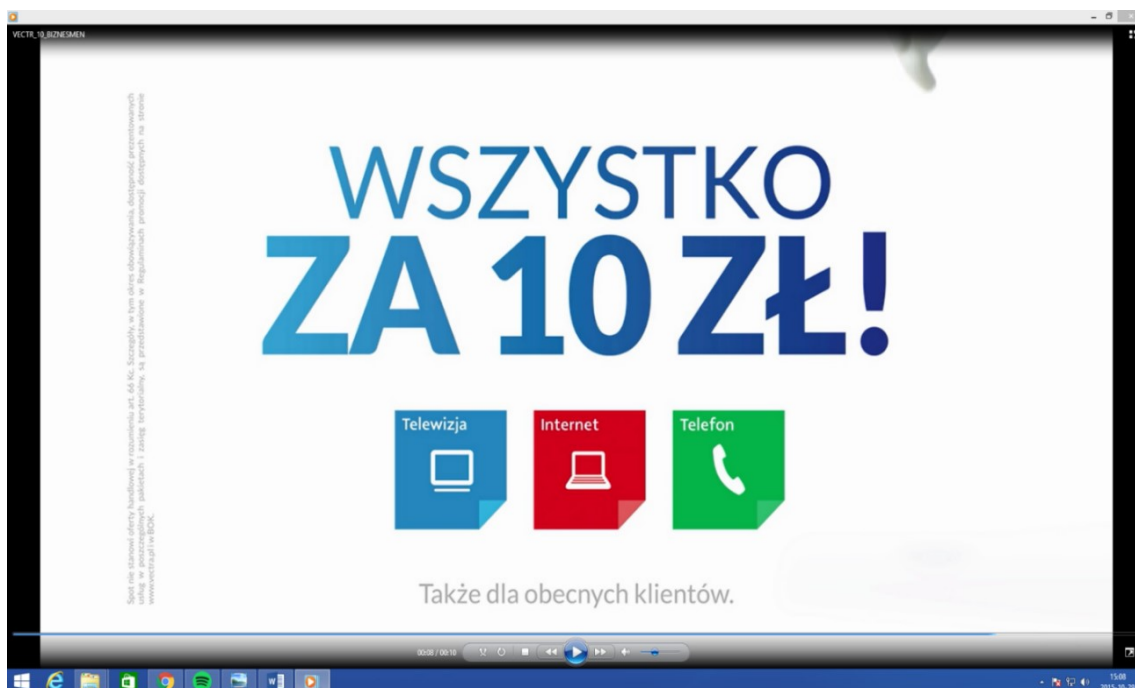
W powyższych spotach reklamowych na ścianie salonów firmowych Vectry pojawia się hasło: *Wszystko za 10 zł*, a w witrynie okiennej pojawia się napis *Vectra* oraz logo niektórych usług oferowanych przez Spółkę, tj. Telewizja, Internet, Telefon. Ponadto różne osoby w nich występujące zadają aktorowi odgrywającemu rolę sprzedawcy pytania o cenę poszczególnych usług znajdujących się w ofercie Przedsiębiorcy. Pytania różnych osób brzmią m. in. następująco:

- *Biznesmen: A tyle sportu na ostro, ile kosztuje? (spot: Biznesmen),*
- *Mężczyzna: Telewizja 182 kanały, w tym 55 HD z nagrywarką, ile kosztuje? (spot: Vectra_30s),*
- *Dziecko: A 150 megabitów? (spot: Vectra_30s oraz Mama Syn),*
- *Nastolatka: A rozmowy bez limitu? (...) Filmy i seriale na komórce i tablecie? (spot Vectra_30s oraz Nastolatka)*

Odpowiedzi aktora na powyższe pytania brzmią: *10 zł*.

W dwóch spotach (spot: *Vectra_30s* oraz *Dziadek*) osoba starsza zadaje zmodyfikowane pytanie: *Panie, a co ja mogę za 10 zł?*, na które sprzedawca odpowiada: *Wszystko*. A w reklamie: *Zbitka* aktor powtarza kilkakrotnie (ok. 5 razy) stwierdzenie: *10 zł*.

W końcowej części ww. reklam lektor komunikuje odbiorcom, że: *Wszystko za 10 zł. Vectra. Prosty wybór. Zadzwoń. 601 601 601* lub inny równoważny przekaz. Ponadto w tym momencie pojawia się również tło przedstawione na kolejnej stronie, które wyświetla się przez ok. 2 – 3 sekundy:



zrzut z ekranu z reklamy telewizyjnej: *Mama_Syn*

Na powyżej przedstawionym zrzucie z reklamy telewizyjnej: *Mama_Syn* pojawia się pionowy, praktycznie niewidoczny napis (tzw. legal) o treści: *Spot nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 k.c. Szczegóły, w tym okres obowiązywania, dostępność prezentowanych usług w określonych pakietach i zasięg terytorialny są przedstawiane w Regulaminach promocji dostępnych na stronie www.vectra.pl i w BOK.* Podobny występuje również w innych spotach telewizyjnych.

ad. 2) reklama radiowa

Reklama radiowa trwała 30 sekund i była emitowana w okresie od 14 września 2015 roku do [].

W pierwszej części reklamy aktor wypowiada następujące słowa: *10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł* (przez ok. 12 – 13 sekund). Następnie lektor komunikuje odbiorcy następujący tekst: *Wszystko w Vectrze masz za dychę! Telewizja, 182 kanały z nagrywką, Internet – 150 megabitów, rozmowy bez limitu, filmy i seriale na komórce i tablecie. Odwiedź najbliższy salon lub zadzwoń: 601 601 601.*

ad. 3i. reklama internetowa: bannery

W okresie od 14 września 2015 roku do [] Spółka zamieszczała w Internecie materiały marketingowe w formie bannerów o różnych rozmiarach np. 160 x 600 mm, 300 x 250 mm, 300 x 600 mm, 336 x 280 mm, 420 x 250 mm i wiele innych, w których powtarzały się hasła akcentujące wysokość opłaty w wymiarze 10 zł, m.in.:

- *Wszystko za 10 zł!*
- *Hity filmowe Vectra VOD teraz za 10 zł!*,
- *182 kanały, w tym 55 HD lub SUPER FILM&SPORT 182 kanały, w tym 55 HD,*
- *Wszystko za 10 zł! INTERNET 100 Mb/s lub SUPERSZYBKI INTERNET 100 Mb/s I SUBSKRYPCJA PlayStation Plus,*
- *Vectra. Nie szukaj już lepszych ofert! Specjalnie dla Ciebie wszystko za 10 zł!*,
- *Teraz w Vectrze wszystko za 10 zł,*

- Po co wybierać kiedy możesz mieć... Wszystko za 10 zł!,
- Kończy Ci się umowa? Przejdź do Vectry. Wszystko za 10 zł!,
- Filmy, Sport i Rozrywka! Wszystko za 10 zł!
- VECTRA Wszystko za 10 zł! 182 kanały, Internet 50 Mb/s,
- VECTRA Wszystko za 10 zł! 156 kanałów, w tym 40 HD z nagrywarką cyfrową, (...),
- VECTRA Superszybki Internet 100 Mb/s! Wszystko za 10 zł!, a także zawierały one przyciski (o treści np. *SPRAWDŹ OFERTĘ*, *ZAMÓW*) umożliwiające przejście do strony internetowej dotyczącej promocyjnej oferty: *Wszystko za 10 zł*, wizerunek Wojciecha Meczaldowskiego (nie we wszystkich przypadkach), jak i logo: *VECTRA*, a także ikony usług oferowanych przez Spółkę (nie we wszystkich przykładach) z odpowiednimi napisami: *TELEWIZJA*, *INTERNET*, *TELEFON*.

Przykładowe bannery prezentowały się m. in. następująco:



plik: VECTRA_Za10_Baner_336x280_Ojciec_v1.jpg



plik: 310x310_baner_Vectra_PO10_v1.jpg



plik: VECTRA_Internet_Baner_160x527_v1.jpg

Jednocześnie po kliknięciu przycisku konsument mógł zostać przekierowany na stronę, za pośrednictwem której możliwe było pobranie regulaminu promocji *Wszystko za 10zł*, a także zapoznanie się z dodatkowymi informacjami dotyczącymi promocji, w tym odnośnie do realnego czasu obowiązywania promocyjnej opłaty w wysokości tytułowych 10 zł, np. *Cena za każdą usługę (dotyczy nowej usługi nabytej przez Abonenta), obowiązuje do końca roku 2015, a potem cena paczki wynosi 119, 90 zł*. Informacje te były jednak prezentowane bardzo małą czcionką. Taka strona prezentowała się m. in. w sposób przedstawiony na kolejnej stronie lub w inny nieznacznie zmieniony:

VECTRA

Wszystko za 10 zł!

Zostaw swoje dane, a przygotujemy ofertę specjalnie dla Ciebie.

TYSIĄCE GODZIN FILMÓW, SERIALI I SPORTOWYCH EMOCJI.

182 KANAŁY, W TYM 57 HD

INTERNET 50 Mb/s

Miasto: _____ Ulica: _____
 Nr domu: _____ Nr telefonu: _____
 Wyrażam zgodę >>> [Regulamin promocji](#)

SPRAWDŹ **ZAMÓW**

Zadzwoń 601 601 601
 Informacja prawna [Sprawdź >>](#)

Szczegóły oferty Vectra
 Vectra oferuje usługę telekomunikacyjną: telewizja kablowa – analogowa i cyfrowa, w tym dostęp do programów telewizyjnych poprzez modem USB oraz telefonię stacjonarną bazującą na technologii cyfrowej. Powyższe usługi Vectra świadczy zarówno tylko oraz wyłącznie usługi w Vectra dostępne są za 10 zł. Dostęp pakietu telewizyjnego jest 10 zł miesięcznie, z innymi programami filmowymi i popularnymi, włączając satelitę, najszybsze wydarmienia sportowe i wakacyjne oraz usługi online. HD, Fox Play i Filmbox Live dostępne na komputerze oraz urządzeniach mobilnych. Vectra oferuje również: 1000 minut, 30 Mbit/s, 50 Mbit/s, 150 Mbit/s. Brak limitu transferu danych. Oferta dostępna w ramach sieci 10 zł miesięcznie.

Prezentowany materiał nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 KC, a zaproszenie do zawarcia umowy w rozumieniu art. 71 KC. Podano przykład dla pakietu Super Film & Sport DTV (na dzień 13.10) oraz internetu 50 Mb. Cena 10,00 zł za każdą usługę (dotyczy nowej usługi nabytej przez Abonentów) obowiązuje do końca roku 2015, potem cena paczki wynosi 119,90 zł. Ograniczone czasowo i terytorialnie (informacja u Sprzedawcy, w BOK oraz na www.vectra.pl). Okres zobowiązania 24 miesiące.

Wszystkie usługi dostępne w ramach sieci 10 zł miesięcznie. W tym: w tym TV oraz mobilny internet 10 zł – 100

obraz z pliku: landing_page_2.png (folder: UOKiK – online / Linia kreatywna – Ojciec chrzestny)

ad. 3ii. reklama internetowa: videobannery

W okresie od 14 września 2015 roku do [] Spółka zamieszczała w Internecie materiały reklamowe w formie videobannerów o różnych rozmiarach np. 300 x 600 mm, 640 x 480 mm, 750 x 200 mm, 750 x 300 mm i wiele innych, w których pojawiają się m. in. następujące informacje:

- VECTRA, Wszystko za 10 zł!, 156 kanałów, w tym 40 HD z nagrywarką cyfrową, Oglądaj bez reklam,
- VECTRA, Filmy, sport i rozrywka, Wszystko za 10 zł, SUPER FILM & SPORT 182 kanały,
- VECTRA, Wszystko za 10 zł, Surfuj, przeglądaj i graj do woli, Superszybki Internet 100 Mb/s,
- SPRAWDŹ (przycisk).

W niektórych z nich odtwarzały się również spoty internetowe (opisane bardziej szczegółowo w ad. 3iv.): 15038-SPOT01-PRZEWIJANIE_0909, 15038-SPOT02-18_0909, 15038-SPOT04-NIEMOGE_0909.

Jednocześnie po kliknięciu przycisku konsument mógł zostać przekierowany na stronę, która zawierała dodatkowe informacje dotyczące promocji *Wszystko za 10 zł*. Taka strona prezentowała się m. in. w sposób przedstawiony w ad. 3i. (str. 16).

Na kolejnej stronie zostanie przedstawiony przykładowy videobanner:



zrzut z pliku: 750x200v3b.swf (folder: UOKiK – online / Linia kreatywna - Szybki internet / 750x200v3b)



zrzut z pliku: 750x200v3b.swf (folder: UOKiK – online / Linia kreatywna - Szybki internet / 750x200v3b)

ad. 3iii. reklama internetowa: mailing

W korespondencji mailowej kierowanej do konsumentów []
Przedsiębiorca stosował m. in. następujące wzory mailingu (przedstawione na kolejnej stronie):



obraz z pliku: 600 x 400_Vectra_esales.jpg (folder: UOKiK – online / mailing esales)



obraz z pliku: internet.jpg (folder: UOKiK – online / mailing do abonentów)

Treść innych wzorów mailingu opartych na schemacie przedstawionym w pliku: *internet.jpg* różniła się m. in. tym, że zwrot: *SUPERSZYBKI INTERNET 100 Mb/s* został zastąpiony przez takie określenia jak: *NIELIMITOWANE ROZMOWY TELEFONICZNE*, *WYBIERZ SWÓJ PAKIET PREMIUM* lub *PAKIET 182 KANAŁY FILMY, SPORT, ROZRYWKA*.

Jednocześnie po kliknięciu przycisku: *Zamów* konsument mógł zostać przekierowany na stronę, która zawierała dodatkowe informacje dotyczące promocji: *Wszystko za 10 zł*. Taka strona prezentowała się m. in. w sposób podobny do przedstawionego w ad. 3i. (str. 16).

ad. 3iv. reklama internetowa: spoty internetowe

Do spotów emitowanych w Internecie (m. in. w ramach Mediaplanu VOD, tj. *ipla.pl*, *onet.vod*, portal *YouTube* i inne) należą m. in. następujące z nich:

- *15038-SPOT01-PRZEWIJANIE_0909* (dalej nazywany również: „*Przewijanie*”) – trwał 40 sekund,

- 15030-SPOT02-18_0909 (dalej nazywany również: „18+”) – trwał 31 sekund,
- 15030-SPOT03-WARTO_0909 (dalej nazywany również: „Warto”) – trwał 53 sekundy,
- 15030-SPOT04-NIEMOGE_0909 (dalej nazywany również: „Nie mogę”) – trwał 26 sekund,
- 15030-SPOT05-PROPOZYCJA_0909 (dalej nazywany również: „Ojciec chrzestny”) – trwał minutę,
- 15030-SPOT09-SZYBKIE_0908 (dalej nazywany również: „Szybki”) trwał 17 sekund,
- 15030-SPOT10-WPADKI (dalej nazywany również: „Wpadki”) trwał 52 sekundy.

Spółka wskazała, że były one wyświetlane w okresie od 14 września 2015 roku do []. We wszystkich ww. spotach występuje aktor, który zachęca do skorzystania z usług Spółki. W niektórych z nich w tle pojawia się napis: *Wszystko za 10 zł*. Podkreślana jest przez niego cena usług oferowanych przez spółkę, tj. 10 zł np. (...) **i to wszystko w jednym pakiecie za 10 zł** (spot 18+), **Zatrzymujesz, a to wszystko za 10** (zwrot 10 jest powtarzany przez aktora ok. 6 razy) (spot *Przewijanie*), czy też: *Posłuchaj mnie teraz uważnie: Vectra. Wszystko za 10 zł* (spot: *Ojciec chrzestny*). W dodatku lektor używa również takich słów, jak: *Wielkie emocje na kanałach sportowych i erotycznych, i jak wszystko w Vectrze za 10 zł* (spot: 18+), czy też: *Telewizja, 156 kanałów, w tym 40 HD, tysiące godzin i filmów i seriali na laptopie, tablecie i smartfonie, Internet 30 Mb/s, i jak wszystko w Vectrze za 10 zł*. Dodatkowo w prawie każdym spotcie pojawia się pionowy, sporządzony małą czcionką w kolorze ciemnoszarym napis o treści: *Spot nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 k.c. Oferta ograniczona czasowo i terytorialnie. Szczegóły promocji dostępne w regulaminie promocji w BOK i na www*. Powyższy zwrot pojawia się m. in. w następujący sposób:



zrzut z ekranu ze spotu internetowego: *Ojciec chrzestny*

ad. 4: plakaty, billboardy,

Plakaty różnego rodzaju były umieszczane przez Spółkę m. in.:

- na tablicach w Katowicach, Gdańsku, Warszawie i Bydgoszczy,
- na tablicach w metrze w Warszawie,

- na wiatach przystankowych w Katowicach, Bydgoszczy, Gdańsku i Warszawie,
- wewnątrz wagonów Szybkiej Kolei Miejskiej w Gdańsku,
- w witrynach w Biurach Obsługi Klienta, jak i sklepach firmowych przedsiębiorcy,
- poprzez wyklejenie ich na zewnętrznych częściach („tyłach”) autobusów miejskich, jak i wewnątrz nich.

Zawierały one m. in. następujące informacje i elementy:

- wizerunek aktora,
- hasło: *Wszystko za 10 zł!*,
- *Zadzwoń: 601 601 601 lub Zadzwoń lub wyślij sms: 601 601 601*, czy też inny równoważny,
- napisy przy ikonach: *Telewizja, Internet, Telefon*,
- informację prawną o treści: *Plakat nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 Kc. Szczegóły, w tym okres obowiązywania, dostępność prezentowanych usług w poszczególnych pakietach i zasięg terytorialny, są przedstawione w Regulaminach promocji dostępnych na stronie www.vectra.pl i BOK (mała czcionka przedstawiona np. w wersji pionowej) lub innej równoważnej.*

Spółka wyjaśniła, że powyżej opisane materiały marketingowe były przez nią stosowane od 12 września 2015 roku do 31 grudnia 2015 roku (np. niektóre z nich tylko w październiku 2015 roku, a inne takie jak plakaty znajdujące się na zewnętrznej stronie autobusów miejskich kursujących w Głogowie przez cały ww. okres).

ad. 5. plansze

W okresie od 12 września 2015 roku do 31 grudnia 2015 roku Spółka wyświetlała różnego rodzaju plansze m. in. na kanale informacyjnym dostępnym dla abonentów telewizji cyfrowej i analogowej, na ekranach systemu kolejkowego w wybranych salonach firmowych, a także na dużych ekranach ledowych umieszczanych na budynkach w przestrzeni miejskiej o różnych formatach (np. w Katowicach i Gdańsku). Ich treść prezentowała się m. in. następująco (pliki znajdują się na płycie CD stanowiącej załącznik do pisma Vectry z dnia 21 października 2015 roku):

- plansze na kanale informacyjnym:



plik: plansze_TV_BOK_1280x720.jpg



plik: plansze_TV_BOK_1280x720_2.jpg

Treść pionowego napisu jest następująca: *Plansza nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 Kc. Szczegóły, w tym okres obowiązywania, dostępność prezentowanych usług w poszczególnych pakietach i zasięg terytorialny, są przedstawione w Regulaminach promocji dostępnych na stronie www.vectra.pl i BOK.*

- plansze kolejkowe:

WSZYSTKO ZA
10 ZŁ!

Televizja Internet Telefon

Także dla obecnych Klientów!

601 601 601
opłaty wg stawek operatorów
www.vectra.pl

VECTRA

plik: plansze_kolejkowe_1.jpg

INTERNET STACJONARNY

PAKIET	UPLOAD	CENA
30 Mb/s	1,5 Mb/s	39,00 zł
50 Mb/s	5 Mb/s	50,00 zł
100 Mb/s	10 Mb/s	55,00 zł

WSZYSTKO ZA **10 ZŁ!**

www.vectra.pl

VECTRA

plik: plansze_kolejkowe_4.jpg

W podobny sposób były prezentowane plansze dla: pakietu platynowego, telefonu stacjonarnego, telewizji cyfrowej oraz Internetu mobilnego. Treść pionowego napisu jest tożsama z wyżej przytoczoną dla plansz na kanale informacyjnym lub jest do niej w znacznej części zbliżona.

- plansze ledowe:

WSZYSTKO ZA
10 ZŁ!

Televizja Internet Telefon

Także dla obecnych Klientów!

601 601 601
opłaty wg stawek operatorów
www.vectra.pl

VECTRA

plik: plansze_LED_1280x720.jpg

Zamów!
Zadzwoń, wyślij SMS
601 601 601
(opłaty wg stawek operatorów)
lub wejdź na
www.vectra.pl

601 601 601
opłaty wg stawek operatorów
www.vectra.pl

VECTRA

plik: plansze_LED_1280x720.jpg

Treść pionowego napisu jest tożsama z wcześniej przytoczoną dla plansz na kanale informacyjnym lub jest do niej w znacznej części zbliżona.

ad. 6: banner

W okresie od 24 września 2015 roku do 31 grudnia 2015 roku na budynku salonu firmowego Spółki w Warszawie przy al. Jerozolimskich 18 znajdował się poniżej przedstawiony banner.

Zadzwoń
601 601 601

WSZYSTKO ZA
10 ZŁ!

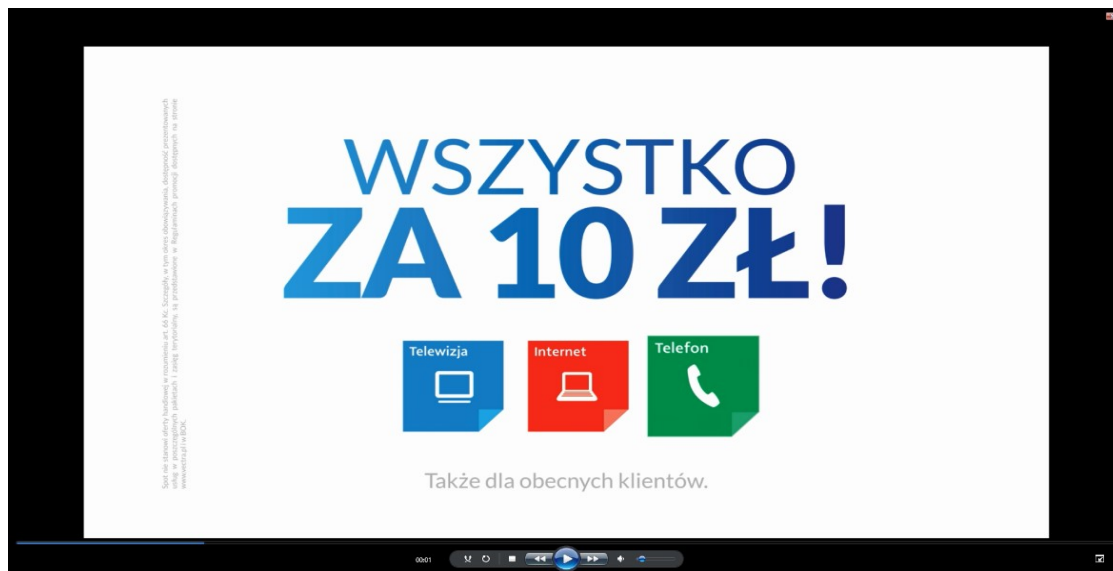
VECTRA

plik: S-VEC-03942 BTL_10zl – banner 1833x242_skala 1 do 10.pdf

ad. 7: spoty emitowane na ekranach znajdujących się w autobusach komunikacji miejskiej lub w metrze

Od 14 września 2015 roku do 31 października 2015 roku, a w przypadku Głogowa do 15 listopada 2015 roku, na ekranach znajdujących się w autobusach komunikacji miejskiej lub w metrze były emitowane dziesięciosekundowe spoty (w formie plansz), których treść została zaprezentowana poniżej:

- plansza początkowa:



zrzut z pliku: *Vectra_10s_25FPS_Trojmiasto.wmv*

Informacje przedstawione na powyższym zrzucie wyświetlały się przez ok. 2 – 3 sekundy, a treść pionowego napisu była następująca: *Plansza nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 Kc. Szczegóły, w tym okres obowiązywania, dostępność prezentowanych usług w poszczególnych pakietach i zasięg terytorialny, są przedstawione w Regulaminach promocji dostępnych na stronie www.vectra.pl i BOK.* Podobne informacje zawiera plik: *Vectra_animacja_10s_1440x700.mp4*, który był wykorzystywany przy emisji spotów w I oraz II linii metra w Warszawie.

- plansza końcowa (od ok. 3 – 4 sekundy):



zrzut z pliku: *Vectra_10s_25FPS_Trojmiasto.wmv*

ad. 8) ulotki

W ramach kampanii reklamowej *Wszystko za 10 zł*, w okresie od 12 września 2015 roku do 31 września 2015 roku, Spółka stosowała również ulotki, które prezentowały się m. in. w następujący sposób:

WSZYSTKO ZA 10 ZŁ!

TELEWIZJA

OGLĄDAJ FILMY I PROGRAMY W JAKOŚCI HD

INTERNET

SZYBKI I BEZPIECZNY, BEZ OGRANICZEŃ

INTERNET MOBILNY

PEŁNA SWOBODA

TELEFON

ROZMOWY BEZ LIMITU, TAKŻE ZA GRANICĘ

Zainteresowany? Skontaktuj się ze swoim Doradcą:

www.vectra.pl **VECTRA**

plik: S-VEC-03953 BTL_10zl - ulotka polska.pdf (str. 1)

PAKIET SREBRNY 68 kanałów, w tym 11 HD				
4FUN TV	FASHION TV HD	POLSAT HD	TTV	TVP 2
4FUN FIT&DANCE	FILMBOX	POLSAT NEWS 2	TV 5 MONDE	TVP 2 HD
4FUN HITS	FOKUS TV	POLSAT SPORT	TV PULS	TVP ABC
AL JAZEERA	FRANCE 24 (FRANC)	POLSAT SPORT NEWS	TV PULS HD	TVP HISTORIA
ATM ROZRYWKA	FRANCE 24 (FRANC)	PROGRAM LOKALNY	TV TRWAM	TVP INFO
BELSAT TV	ITV	PLUS 2	TVA	TVP KULTURA
BLOOMBERG TV	KINO POLSKA MUZYKA	PULS 2 HD	TVA	TVP POLONIA
CBS DRAMA	MANGO	ROMANCE TV SD	TVN	TVP REGIONALNA
CBS REALITY	MINIMINI+	ROMANCE TV HD	TVN 24 BIZNES I ŚWIAT	TVP REGIONALNA
DEUTSCHE WELLE TV	ORANGE SPORT	RTR PLANETA	TVN 7	TVP ROZRYWKA
EDUSAT	POLO TV	STOPKlatka TV	TVN 7 HD	TVP
ESKA TV	POLO NIA 1	STOPKlatka TV HD	TVN HD	TVP HD
EWTH	POLSAT	SUPERSTACJA	TVP 1	VECTRA INFO
FASHION TV	POLSAT 2	TRAVEL CHANNEL	TVP 1 HD	WYPOCZYNEK I ZDROWIE

PAKIET ZŁOTY 126 kanałów, w tym 25 HD				
13 ULICA	COMEDY CENTRAL FAMILY	MTV POLSKA	STARS.TV	TVN STYLE HD
AXN	DISCOVERY CHANNEL	NAT GEO WILD	TNT	TVN TURBO
AXN BLAK	DISCOVERY LIFE	NAT GEO WILD HD	TNT HD	TVN TURBO HD
BBC BRIT	DISCOVERY SCIENCE	NAT GEO WILD HD	TELE 5	TVP HD
BBC BRIT HD	DISCOVERY TURBO XTRA	WYKONAWCZOŚĆ CHANNEL HD	TLC	TVP SERIALE
BBC WORLD	DISNEY CHANNEL	NICKELODEON	TRAVEL CHANNEL HD	TVP SPORT
CARTOON NETWORK	DISNEY XD	NICKELODEON HD	TV REPUBLIKA	TVP SPORT HD
CBS ACTION	EUROSPORT	NSPORT+	TV WYBRZEŻE	TVP POLSKA TELEWIZJA
CBS EUROPA	FASHION ONE HD	POLSAT FILM	TVN 24	VH1
CHN	ID	POLSAT VHS&AT HISTORY	TVN 24 HD	VIVA POLSKA
COMEDY CENTRAL	KINO POLSKA	POLMORSKATV	TVN METEO ACTIVE	VOX MUSIC TV
COMEDY CENTRAL HD	MINIMINI+ HD	SPORTKLUB	TVN STYLE	

PAKIET PLATYNOWY 156 kanałów, w tym 41 HD				
ALE KINO+	BBC HD	FOX COMEDY HD	POLSAT NEWS	TV REPUBLIKA HD
ALE KINO+ HD	BBC LIFESTYLE	FOX HD	POLSAT NEWS HD	WARSZAWA HD WARSZAWY HD
ANIMAL PLANET HD	BOOKERANG	LIT LITAJANICA	POLSAT PLAY	
AXN HD	CBEEDIES	MTV LIVE HD	POWER TV HD	
AXN SPIN HD	DISCOVERY CHANNEL HD	NUTA.TV HD	RUSSIA TODAY	
AXN WHITE	DISNEY JUNIOR	PLAYBOY	TELETOON+	
BBC EARTH HD	FOX COMEDY	POLSAT CAFE	TELETOON+ HD	

PAKIET SUPER FILM&SPORT 182 kanały, w tym 56 HD				
DORCEL XXX HD	FIGHTKLUB	GRX	HBO HD	POLSAT SPORT HD
DORCEL 2	FIGHTKLUB HD	GRX HD	HBO2 HD	TRACE SPORT STARS HD
EUROSPORT 2 HD	FILMBOX ACTION	HBO	NAUTICAL CHANNEL HD	
EUROSPORT HD	FILMBOX EXTRA HD	HBO 2	NSPORT+ HD	
EXTREME SPORTS CHANNEL	FILMBOX FAMILY	HBO COMEDY	POLSAT SPORT EXTRA	
FIGHTBOX HD	FILMBOX PREMIUM	HBO COMEDY HD	POLSAT SPORT EXTRA HD	

TELEWIZJA

<p>PAKIET SREBRNY</p> <p>68 kanałów</p> <p>11 HD</p>	<p>PAKIET ZŁOTY</p> <p>126 kanałów</p> <p>25 HD</p>	<p>PAKIET PLATYNOWY</p> <p>156 kanałów</p> <p>41 HD</p>	<p>PAKIET SUPER FILM&SPORT</p> <p>182 kanały</p> <p>56 HD</p>
--	---	---	---

do wyboru dekodery HD i PVR (dekoder z nagrywką cyfrową)
TV ONLINE w paczce z Internetem od 8 Mb/s GRATIS

INTERNET

<p>30 Mb/s</p> <p>UPLOAD</p> <p>1,5 Mb/s</p>	<p>50 Mb/s</p> <p>UPLOAD</p> <p>5 Mb/s</p>	<p>100 Mb/s</p> <p>UPLOAD</p> <p>10 Mb/s</p>
--	--	--

bez żadnych limitów i ograniczeń
TV ONLINE w paczce z telewizją GRATIS
niewymagana linia telefoniczna

router Wi-Fi w cenie

TELEFON

<p>DOMOWY 50</p> <p>50 minut</p> <p>+100 minut w sieci Vectra</p>	<p>DOMOWY 250</p> <p>250 minut</p> <p>+100 minut w sieci Vectra</p>	<p>DOMOWY BEZ LIMITU</p> <p>BEZ LIMITU</p>
---	---	--

zachowanie numeru – przeniesienie numeru od poprzedniego operatora BEZPŁATNIE

pakietu dodatkowych minut
50 minut za 5 zł, 100 minut za 10 zł, 250 minut za 15 zł

na stacjonarne w Polsce	200 minut na połączenia z numerami stacjonarnymi w Polsce, krajach UE, Kanadzie i USA + 50 minut na połączenia z numerami komórkowymi w Polsce	na stacjonarne i komórkowe w Polsce oraz stacjonarne za granicą (kraj: UE, USA i Kanada)
-------------------------	--	--

INTERNET MOBILNY

1 GB	4 GB	20 GB
------	------	-------

Technologia LTE

Transfer Nocny – wyższa prędkość wysyłania i pobierania danych do wyboru za dodatkową opłatą

plik: S-VEC-03953 BTL_10zl - ulotka polska.pdf (str. 2)

TELEFON

Z telefonem stacjonarnym oprócz darmowych usługom możesz blokować numery o podwyższonej opłacie, odbierać przez głosową.

TANIE POŁĄCZENIA MIĘDZYNARODOWE
Telefon w Vectry to sposób na tani i komfortowy kontakt z rodziną za granicą dzięki różnym taryfom za połączenia zagraniczne. Taniej niż przez komórkę!

ZACHOWAJ SWÓJ NUMER TELEFONU!
Ponagrywaj również w bezpłatnym przeniesieniu numeru, ograniczając do minimum wszelkie formalności.

<p>50 - 100</p> <ul style="list-style-type: none"> 200 minut rozgłoszenia w kierunku międzynarodowym 1000 UŁ, numerów 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200 <p>DLACZEGO WARTO? Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie.</p> <p>25 zł 10 zł</p>	<p>250 - 1000</p> <ul style="list-style-type: none"> 200 minut rozgłoszenia w kierunku międzynarodowym 1000 UŁ, numerów 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200 <p>DLACZEGO WARTO? Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie.</p> <p>30 zł 10 zł</p>	<p>HIT SPRZEDAŻY</p> <ul style="list-style-type: none"> Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. <p>DLACZEGO WARTO? Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie.</p> <p>35 zł 10 zł</p>
---	---	--

WSZYSTKO ZA 10 ZŁ!

Kochasz kławić i lubisz oglądać dużo telewizji, a prawie w ogóle nie korzystasz z telefonu? A może jesteś maniakom internetu, którego wystarczą podstawowe kanały TV? Albo lubisz długie rozmowy z daleką rodziną z przerwami na ulubione seriale? Teraz łatwo skonfigurujesz swój idealny pakiet w Vectry, wybierając dokładnie to, czego potrzebujesz:

wybrać liczbę kanałów telewizyjnych:

prędkość internetu:

liczbę minut:

W PAKIECIE ZYSKUJESZ!

- pełną obsługę
- pełną obsługę
- pełną obsługę

Twój Doradca

WSZYSTKO ZA 10 ZŁ!

TELEWIZJA ODZIM BILTY PROGRAMY W ARKUSZACH	INTERNET ODZIM BILTY PROGRAMY W ARKUSZACH
INTERNET MOBILNY PEŁNA OBSŁUGA	TELEFON ROZMOWY BEZ LIMITU TARYF DODATKOWE

601 601 601
Zachwyli lubi wysłać SMS
www.vectra.pl

VECTRA

plik: S-VEC-03949 BTL_10zl - folder PH.pdf (str. 1)

TELEWIZJA

Cyfrowa telewizja Vectry to aż 205 kanałów, w tym 66 HD i 16 stacji radiowych.

<p>66 - 11 HD</p> <ul style="list-style-type: none"> 200 minut rozgłoszenia w kierunku międzynarodowym 1000 UŁ, numerów 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200 <p>DLACZEGO WARTO? Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie.</p> <p>29,90 zł 10 zł</p>	<p>HIT SPRZEDAŻY</p> <ul style="list-style-type: none"> Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. <p>DLACZEGO WARTO? Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie.</p> <p>59,90 zł 10 zł</p>	<p>182 - 56 HD</p> <ul style="list-style-type: none"> 200 minut rozgłoszenia w kierunku międzynarodowym 1000 UŁ, numerów 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200 <p>DLACZEGO WARTO? Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie.</p> <p>89,90 zł 10 zł</p>
--	---	---

TV Online: do 50 kanałów TV na ekranie komputera i urządzeniach mobilnych
Serwis FilmBox Live, FOX Play, HBO GO również poza domem na urządzeniach mobilnych
Vectra VOD: setki godzin filmów i programów na życzenie (dostępny za darmo)

INTERNET

Internet stacjonarny Vectry zadziałał każdego z dniomów dzięki szybkiemu i stabilnemu łączu, braku limitów pobierania i wysyłania danych oraz możliwości połączenia kilku urządzeń (Wi-Fi).

Subskrypcja PayStation Plus do pakietu internetowego 100 Mb/s.

Wi-Fi Wi-Fi w cenie dla pakietów 50 Mb/s i 100 Mb/s.

<p>30 Mb/s</p> <ul style="list-style-type: none"> Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. <p>DLACZEGO WARTO? Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie.</p> <p>39 zł 10 zł</p>	<p>50 Mb/s</p> <ul style="list-style-type: none"> Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. <p>DLACZEGO WARTO? Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie.</p> <p>50 zł 10 zł</p>	<p>HIT SPRZEDAŻY</p> <ul style="list-style-type: none"> Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. <p>DLACZEGO WARTO? Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie.</p> <p>55 zł 10 zł</p>
---	---	--

INTERNET MOBILNY

Interesuje Cię dodatkowo internet mobilny? Wybierz, jaki pakiet Cię interesuje:

<p>1 GB</p> <ul style="list-style-type: none"> Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. <p>DLACZEGO WARTO? Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie.</p> <p>20 zł 10 zł</p>	<p>4 GB</p> <ul style="list-style-type: none"> Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. <p>DLACZEGO WARTO? Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie.</p> <p>30 zł 10 zł</p>	<p>20 GB</p> <ul style="list-style-type: none"> Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie. <p>DLACZEGO WARTO? Pełna obsługa i pomoc w każdym momencie.</p> <p>69,90 zł 10 zł</p>
--	--	--

Internet mobilny to idealne uzupełnienie internetu stacjonarnego. To pełna swoboda korzystania z sieci niezależnie od tego, gdzie się znajdujemy, oraz także w najnowszej technologii LTE. Zapytaj swojego sprzedawcę o dostępność.

plik: S-VEC-03949 BTL_10zl - folder PH.pdf (str. 2)

W przedstawionych ulotkach pojawiały się m. in. informacje, że: *Ulotka nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 Kc. Szczegóły, w tym okres obowiązywania, dostępność prezentowanych usług w poszczególnych pakietach i zasięg terytorialny, są przedstawione w Regulaminach promocji dostępnych na stronie www.vectra.pl, a w przypadku ulotki o nazwie: folder PH.pdf znalazł się dodatkowy komunikat o treści: *Oferta dotyczy okresu zobowiązania na 24 miesiące.**

ad. 9) nadruk na kopercie

Organ ochrony konsumentów ustalił również, że od 12 września do 31 grudnia 2015 roku Spółka na kopertach kierowanych do konsumentów zamieszczała treści marketingowe, które zaprezentowano na kolejnej stronie:

**WSZYSTKO ZA
10 ZŁ!**
także dla obecnych Klientów



Sprawdź!



601 601 601
(opłaty wg stawek operatorów)

www.vectra.pl

plik: S-VEC_03939 BTL_10zl – koperty C6-5.pdf

Na podstawie dokonanych ustaleń, Prezes Urzędu zważył, co następuje.

Treść art. 1 ust. 1 *ustawy o ochronie ...* ogranicza zastosowanie jej przepisów wyłącznie do ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów, podejmowanej w interesie publicznym. Oznacza to, że warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w tej *ustawie* jest zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorców – naruszając jej przepisy – stanowią potencjalne zagrożenie interesu publicznego. Niniejsze postępowanie dotyczyło materiałów reklamowych stosowanych przez Vectrę w ramach kampanii reklamowej *Wszystko za 10 zł*. W ocenie Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy mogli zapoznać się z treścią wykorzystywanych w niej materiałów reklamowych, tj. reklam telewizyjnych oraz radiowych, ulotek, plakatów, mailingu, bannerów, spotów internetowych, i wielu innych. Interes publicznoprawny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż każde naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. Zatem w niniejszej sprawie uzasadnione było podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w *ustawie o ochronie ...*. W tym stanie rzeczy przyjąć należy, iż do oceny stanu faktycznego niniejszej sprawy zastosowanie mają przepisy *ustawy*, a dotyczące jej postępowanie było prowadzone w interesie publicznym.

Stosownie do treści art. 24 ust. 1 *ustawy o ochronie ...* w brzmieniu obowiązującym na dzień wszczęcia postępowania: *Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Jednocześnie zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy: przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: (...) 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.*

Natomiast, stosownie do art. 28 ust. 1 *ustawy o ochronie ...*: *jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione – na podstawie okoliczności sprawy (...), lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania – że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków,*

Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio. Jednocześnie art. 28 ust. 2 ustawy o ochronie... w brzmieniu obowiązującym na dzień wszczęcia postępowania stanowi, że: W decyzji, o której mowa w ust. 1, Prezes Urzędu może określić termin wykonania zobowiązań lub zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji lub do publikacji decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy.

W związku z powyższym dla zastosowania art. 28 ustawy o ochronie ... zachodzi w niniejszej sprawie konieczność uprawdopodobnienia naruszenia przez Vectrę art. 24 ustawy. Wymaga to uprawdopodobnienia łącznego zaistnienia następujących przesłanek:

- kwestionowane działania są działaniami przedsiębiorcy,
- działania te mają bezprawny charakter,
- działania te naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

strona jako przedsiębiorca

Zgodnie z art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie ... przez przedsiębiorcę rozumie się m. in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. Stosownie do art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn. Dz. U. z 2015 r. poz. 584 ze zm.) przedsiębiorcą jest m.in. osoba prawna – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Stroną w niniejszej sprawie jest przedsiębiorca prowadzący we własnym imieniu działalność gospodarczą, działający w formie spółki akcyjnej, to jest będący osobą prawną, wpisany do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. Podmiot ten jest zatem bezspornie przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy o ochronie

bezprawność działania przedsiębiorcy

Odnosząc się do kolejnej z przesłanek – bezprawności działań przedsiębiorcy - stwierdzić należy, iż bezprawność rozumie się jako sprzeczność zachowania danego podmiotu z przepisami prawa oraz zasadami współżycia społecznego. Chodzi tu mianowicie o sprzeczność z szeroko rozumianym porządkiem prawnym, jako całością. Jako „bezprawne” należy kwalifikować zachowania sprzeczne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. Sprzeczne z prawem są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. *Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia przeto bezprawności działania wystarczy ustalenie, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa.*⁴ Bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, tzn. niezależnym od wystąpienia szkody, czy zaistnienia zamiaru po stronie podmiotu dopuszczającego się działań bezprawnych. Przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiują pojęcia bezprawności działań przedsiębiorcy, w związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw, gdyż dopiero na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem.

⁴ Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz., pr. zb. pod red. J. Szwajgi, CH BECK, 2000, s.117 – 118.

W niniejszej sprawie bezprawność zakwestionowanych działań Spółki, o których mowa w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji, wynika z ich niezgodności z regulacjami zawartymi w przepisach *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (zwanej dalej również jako: „*u.p.n.p.r.*”).

Zgodnie z art. 4 ust. 2 *u.p.n.p.r.* za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk.

Przepis art. 5 ust. 1 *u.p.n.p.r.* stanowi, że praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Interpretując zatem pojęcie praktyki wprowadzającej w błąd należy stwierdzić, że jest to każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta, do którego jest skierowana lub dociera i która ze względu na swoją zwodniczą naturę może zniekształcić jego zachowanie rynkowe. Zgodnie z art. 5 ust. 4 *u.p.n.p.r.* przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd poprzez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.

Działania w wyniku których konsument zostaje wprowadzony w błąd, mogą dotyczyć w szczególności ceny, sposobu obliczania ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej (art. 5 ust. 3 pkt 5 *u.p.n.p.r.*).

Zarzucona Przedsiębiorcy nieuczciwa praktyka rynkowa podlega również ocenie z punktu widzenia ustalonego modelu przeciętnego konsumenta. Zgodnie z art. 2 pkt 8 *u.p.n.p.r.* 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 m. in. wiek, wykształcenie, sprawność fizyczna czy umysłowa. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku. W przedmiotowej sprawie oferowane przez Spółkę umowy o świadczenie różnego rodzaju usług telekomunikacyjnych, tj. m. in. dostępu do telewizji, Internetu, Internetu mobilnego, telefonii stacjonarnej oraz VOD nie były skierowane do szczególnej grupy konsumentów. Odbiorcami reklam Spółki były różne osoby, w różnym wieku, o zróżnicowanym wykształceniu i dochodach oraz świadomości o otaczającej ich rzeczywistości. Na potrzeby niniejszej sprawy konstrukcję modelu przeciętnego konsumenta należy stworzyć bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu, działanie Przedsiębiorcy polegające na prezentowaniu w reklamach, o których mowa w sentencji niniejszej decyzji, dotyczących promocji *Wszystko za 10 zł*, zgodnie z którą możliwe było uzyskanie obniżenia opłaty abonamentowej i powiązanej do 10 zł miesięcznie przez określony okres czasu, w taki sposób, że informacja o jej warunkach, w tym o ograniczonym okresie obowiązywania ww. promocyjnej ceny (określone na str. 10 – 12 niniejszej decyzji) nie występowała w ogóle w ww. materiałach reklamowych, przez co pojawiające się w nich hasło: *Wszystko za 10 zł*, mogło wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie ww. promocyjnej ceny usług oferowanych przez Spółkę, w tym również w kwestii zasad jej obowiązywania.

Zdaniem organu ochrony konsumentów, wprowadzenie w błąd polegało na

wyeksponowaniu promocyjnej ceny usługi, tj. 10 zł, za pomocą ww. hasła reklamowego, bez jednoczesnego dookreślenia, że obowiązywała ona jedynie przez ograniczony czas. Cena usługi telekomunikacyjnej, jak i warunki jej uzyskania oraz obowiązywania stanowią istotne informacje dla konsumenta. Konsument oczekuje, że otrzyma ww. informacje, gdyż są one konieczne do dokonania właściwej oceny oferty prezentowanej mu przez Przedsiębiorcę w reklamie. Z tego względu przedsiębiorcy w reklamach usług telekomunikacyjnych powinni wskazywać rzeczywistą cenę usług lub też wyraźnie wskazywać ograniczenia jej dotyczące np. w hasle reklamowym (10 złotych przez 2 miesiące lub 10 złotych przez 3 miesiące) lub w części „głównej” materiału reklamowego, czego mogła nie uczynić Spółka, która posługiwała się jedynie zwrotem: *Wszystko za 10 zł*. W ten sposób Vectra mogła ukryć istotne informacje, przez co konsumenci mogli zostać wprowadzeni w błąd.

Przede wszystkim aktualny, jak i nowy abonent musiał zawrzeć umowę na minimalny okres zobowiązania określony w regulaminach promocji bezpośrednio powiązanych z promocją *Wszystko za 10 zł*, np. 12, 15, 18, 24 – miesięczny lub inny, podczas gdy obniżenie opłaty abonamentowej i powiązanej do 10 zł występuje jedynie przez krótki okres trwania umowy, tj. przez 3 pierwsze pełne okresy rozliczeniowe dla umów zawartych we wrześniu 2015 roku lub przez 2 okresy rozliczeniowe w przypadku umów zawartych w okresie od października 2015 roku do końca okresu obowiązywania promocji, tj. do 29 lutego 2016 roku. Ponadto aktualny abonent Vectry, który chciał skorzystać z promocyjnej oferty *Wszystko za 10 zł* musiał zawrzeć umowę na nową usługę, z której dotychczas nie korzystał u Spółki. Z ww. względów realne obciążenie miesięczne przez cały okres trwania umowy za usługi oferowane przez Spółkę nie wynosiło 10 zł, jak to zostało przekazane w przekazach reklamowych, a np. w przypadku *Superszybkiego Internetu w pakiecie do 100 Mb/s* opłata miesięczna po upływie 3 lub 2 pierwszych, pełnych okresów rozliczeniowych wynosi 55 zł, a w ramach pakietu: *Super Film & Sport* (z opcją HD) - 89,90 zł. Dlatego też korzyść cenowa prezentowana przez spółkę jest ograniczona.

Niezależnie od powyższego należy również zauważyć, że od 24 listopada 2015 roku do 29 lutego 2016 roku przy zakupie dodatkowej, nowej usługi przez aktualnego abonenta Vectry następowało dodatkowe obniżenie opłaty abonamentowej do 10 zł dla jednej usługi, z której dotychczas korzysta uczestnik (na okres jednego miesiąca). Również w tym przypadku – wbrew przekazowi mogącemu wynikać z wykorzystywanych przez Spółkę materiałów reklamowych - korzyść cenowa obowiązywała jedynie przez nieznaczny okres, w porównaniu do czasu trwania zawartej umowy.

W konsekwencji, mogło to spowodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, tj. zainteresowanie się ofertą Spółki lub podjęcie działań zmierzających do zawarcia umowy, czy to poprzez wizytę w salonie przedsiębiorcy, telefon do biura obsługi klienta lub zapoznanie się z ofertą na jej stronie internetowej (np. poprzez kliknięcie przycisku na bannerze, videobannerze o przykładowej treści: *Sprawdź, Zamów* lub innym równoważnym). Skutkiem powyższego konsument niebędący klientem Spółki mógł zdecydować się na zawarcie umowy z nowym dostawcą usług telekomunikacyjnych, a aktualny abonent Vectry mógł podjąć decyzję np. o przedłużeniu aktualnej umowy, „dokupieniu” dodatkowej usługi, z której wcześniej nie korzystał. Należy przy tym zauważyć, iż przy żadnym z haseł *Wszystko za 10 zł* nie zamieszczono dodatkowego komunikatu wskazującego, że promocyjna cena usług, tj. 10 zł, obowiązuje przez 2 lub 3 miesiące. Konsument oczekuje, że w reklamie w sposób wyraźny zostaną mu przekazane takie informacje, tj. rzeczywista cena usług lub ograniczenia dotyczące promocyjnej ceny usług. (np. 10 zł przez 2 lub 3 miesiące). Z tego względu niewystarczające byłoby również zamieszczenie gwiazdki lub innego oznaczenia w reklamie lub hasle reklamowym, które sugerowałoby konsumentom, że jest to niepełna informacja, przez co są oni zmuszeni do poszukiwania wyjaśnień. Dodatkowo w

niniejszej sprawie za takie szczegółowe komunikaty dotyczące warunków promocji oferowanej przez Vectrę nie można uznać pojawiające się w niektórych materiałach marketingowych, np. w reklamie telewizyjnej, spotach internetowych, ulotkach, plakatach, planszach, informacje prawne (tzw. legal) o treści: *Spot/Ulotka/Plakat/Plansza nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 k.c. Szczegóły, w tym okres obowiązywania, dostępność prezentowanych usług, w poszczególnych pakietach i zasięg terytorialny są przedstawiane w Regulaminach promocji dostępnych na stronie www.vectra.pl i w BOK lub inne równoważne określenia, gdyż nie prezentują one zasad działania promocji reklamowanej hasłem: *Wszystko za 10 zł*. Sposób prezentacji oferty w materiałach reklamowych był jednoznaczny i w żaden sposób nie wskazywał na istnienie dodatkowych, mniej korzystnych warunków obowiązywania rabatu, co ma istotne znaczenie dla konsumentów. Z powyżej opisanych względów mogli oni zostać wprowadzeni w błąd przez Vectrę.*

Niezależnie od powyższego Prezes Urzędu zauważa, że dla oceny działań Spółki nie może mieć znaczenia okoliczność, że konsument mógł oraz powinien zapoznać się ze szczegółami promocji przed zawarciem umowy np. w salonie Vectry, podczas rozmowy telefonicznej lub na stronie internetowej Spółki. Powyższe nie mogłoby usprawiedliwiać zachowania Vectry. Jest to związane z tym, że reklamy dotyczą etapu przedkontraktowego, a nie etapu ich zawierania lub też wykonywania.

Hasło reklamowe promocji mogło wprowadzać odbiorców w błąd w taki sposób, że przeciętny konsument nie uzyskiwał dokładnej informacji dotyczącej promocyjnej ceny usługi, tj. 10 zł, w tym o ograniczonym okresie jej obowiązywania oraz o innych warunkach, które należało spełnić, aby móc z niej skorzystać. Przekaz w tym zakresie okazał się nieprecyzyjny, gdyż opłata abonamentowa i powiązana w wysokości 10 zł obowiązywała jedynie przez krótki okres trwania umowy, po upływie którego cena usługi znacznie wzrasta, na co przykładowo wskazywano m. in. na str. 11 niniejszej decyzji, o czym konsument nie mógł dowiedzieć się z materiałów reklamowych stosowanych przez Przedsiębiorcę. Jak już wspomniano wcześniej, konsumenci oczekują, że reklamy usług telekomunikacyjnych będą zawierały informację o rzeczywistej cenie usług lub też wyraźne określenie ograniczeń jej dotyczących np. w hasle reklamowym (10 zł przez 2 miesiące lub 10 zł przez 3 miesiące) lub w części „głównej” materiału reklamowego. W przedmiotowej sprawie konsument nie mógł ustalić, czy promocyjna cena usług, tj. 10 zł, będzie obowiązywała przez 2 miesiące, 3 miesiące, 6 miesięcy, rok lub może inny okres. Dlatego też w ocenie Prezesa Urzędu, jeżeli konsument w sposób prawidłowy, tj. w reklamie lub jej hasle, zostałby poinformowany o okresie obowiązywania obniżonej wysokości opłaty abonamentowej, powiązanej i innych warunkach promocji *Wszystko za 10 zł*, to mógłby nie podjąć decyzji dotyczącej umowy, którą podjął w wyniku działania wprowadzającego w błąd, o którym mowa w sentencji niniejszej decyzji.

Niezależnie od powyższego należy zauważyć również, że Spółka często zmieniała warunki promocji bez jednoczesnej modyfikacji nazwy regulaminu, co mogło mieć negatywny wpływ na sposób postrzegania przez konsumentów promocyjnej ceny usług, jak i warunków jej obowiązywania.

Ponadto należy zauważyć, że pojawiające się w niektórych materiałach reklamowych ww. informacje prawne (ich treść jest jednak niewystarczająca do przekazania konsumentowi istotnych informacji o warunkach promocji *Wszystko za 10 zł*, co zostało wyżej uprawdopodobnione) zostały zaprezentowane małą, praktycznie nieczytelną czcionką, podczas gdy hasło reklamowe: *Wszystko za 10 zł!* pojawiało się z wykorzystaniem znacznie większej i bardziej widocznej czcionki. Dodatkowo w reklamie radiowej, w videobannerach, czy też w spotach internetowych aktor lub lektor bardzo eksponowali ww. hasło, np. używając zwrotów: *Telewizja, 156 kanałów, w tym 40 HD, tysiące godzin i filmów i seriali na laptopie, tablecie i smartfonie, Internet 30 Mb/s i jak wszystko w Vectrze za 10 zł. (spot: 18+), 10 zł, 10 zł, 10 zł,*

10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł, 10 zł (przez ok. 12 – 13 sekund powtarzane przez aktora w reklamie radiowej). Jednocześnie np. na planszach lub w ulotkach pojawiała się dotychczasowa przekreślona cena usługi, np. ~~50 zł~~ wraz z wyeksponowaną obok: 10 zł lub też hasło reklamowe: *Wszystko za 10 zł*. Tym samym, konsument mógł nie mieć świadomości, że promocyjna cena usługi w wysokości 10 zł obowiązywała jedynie przez ograniczony czas, gdyż taka informacja nie została w żaden sposób uwzględniona w treści ulotki. Nie można również zapominać, że w niektórych przekazach marketingowych tzw. *legal* nie pojawiał się w ogóle np. na bannerach zamieszczanych w Internecie, w mailing'u lub w reklamie radiowej.

Jednocześnie organ ochrony konsumentów zauważa, że nawet gdyby informacja prawna była bardziej widoczna, to i tak posługiwanie się przez Spółkę hasłem: *Wszystko za 10 zł* będzie wprowadzać konsumentów w błąd, gdyż nie zawiera ono dodatkowej informacji dotyczącej okresu obowiązywania promocyjnej ceny usług telekomunikacyjnych oferowanych przez Spółkę, która jest istotna dla konsumentów.

W kwestionowanych przez Prezesa Urzędu materiałach reklamowych konsument mógł bez większej trudności zapoznać się z pojawiającym się lub wypowiedzianym hasłem: *Wszystko za 10 zł* odnoszącym się do ceny usług oferowanych przez Spółkę, tj. 10 zł miesięcznie w przypadku opłaty abonamentowej i powiązanej, nie spodziewając się lub pomijając tym samym całkowicie informacje o tym, że ww. promocyjna cena usług obowiązuje jedynie przez ograniczony okres, po upływie którego cena ta osiągała wyższą wartość określoną w regulaminie promocji, bezpośrednio powiązanym z promocją *Wszystko za 10 zł*, obowiązującym dla danej usługi. Zdaniem Prezesa Urzędu, reklamy muszą odpowiadać prawdzie i nie mogą sugerować konsumentom czegoś innego, niż jest w rzeczywistości.

Na marginesie należy zauważyć, że w niniejszej sytuacji, dobrym obyczajem, który mógł zostać naruszony przez Spółkę jest prawo konsumenta do uzyskania prawdziwej informacji poprzez prawidłowe i niewprowadzające w błąd wskazanie warunków promocji odpowiadających treści hasła reklamowego.

Mając na uwadze powyższe, należy stwierdzić, iż posługiwanie się przez Vectrę, w zakwestionowanych przez Prezesa Urzędu materiałach reklamowych hasłem: *Wszystko za 10 zł* mogło wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd co do promocyjnej ceny usługi, tj. 10 zł, a to z kolei mogło mieć wpływ na podjęte przez niego decyzje. Z tego względu, w ocenie organu ochrony konsumentów, działanie Spółki w sposób istotny mogło wpłynąć na decyzję konsumentów dotyczącą umowy, której inaczej by nie podjęli, przez co za uprawdopodobniony należy uznać fakt, iż Spółka mogła dopuścić się stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 2 *u.p.n.p.r.*, co z kolei może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 *ustawy o ochronie ...*

naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Ustawa o ochronie ... nie definiuje „zbiorowego interesu konsumentów”, ograniczając się jedynie do sprecyzowania (art. 24 ust. 3), że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Przez godzenie w zbiorowe interesy konsumentów (które może polegać zarówno na naruszeniu zbiorowych interesów konsumentów, jak i na samym zagrożeniu ich naruszenia) należy rozumieć narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą i działania, i zaniechania. Oceniając działanie przedsiębiorcy przez pryzmat definicji zawartej w art. 24 ust. 2 ww. *ustawy*, należy ustalić, czy jego działania mogą naruszać interesy nieoznaczonego kręgu potencjalnych klientów. Tego typu naruszenie wystąpi wówczas, gdy działania przedsiębiorcy dotyczą zbiorowości i mogą dotknąć każdego potencjalnego klienta, czyli gdy są powszechne. W orzecznictwie ugruntował się pogląd, zgodnie z *którym naruszenie zbiorowych interesów*

*konsumentów ma miejsce wówczas, gdy potencjalną daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach*⁵.

Interes konsumentów należy przy tym rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę, że określenie stałego czy zamkniętego katalogu interesów konsumentów nie jest ani możliwe, ani zasadne. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest powiązane z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak i prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego dokonywanych czynności, czego przejawem może być m. in. prawo konsumenta do uzyskania prawdziwej informacji poprzez prawidłowe i niewprowadzające w błąd wskazanie warunków promocji odpowiadających treści hasła reklamowego.

Zdaniem Prezesa Urzędu działania Vectra S.A. mogą naruszać interesy nieoznaczonego kręgu obecnych i potencjalnych klientów Spółki i jest na nie narażony każdy konsument, który chciałby skorzystać z oferty Spółki, tj. możliwości zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oferowanych przez Vectrę (dostęp do telewizji, Internetu, Internetu mobilnego, telefonii stacjonarnej oraz VOD), po uprzednim zapoznaniu się ze stosowanymi przez nią materiałami reklamowymi. W rozpatrywanej sprawie możemy mieć więc do czynienia z działaniem mogącym godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Mając powyższe na uwadze, wobec uprawdopodobnienia wszystkich przesłanek z art. 24 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie...*, uznać należy za uprawdopodobnione stosowanie przez Vectra S.A. praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji.

przyjęcie zobowiązania przedsiębiorcy

Stosownie do art. 28 ust. 1 tej ustawy: jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione – na podstawie okoliczności sprawy (...), lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania – że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego przepisu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

Analiza powyższego przepisu wskazuje, że ma on zastosowanie w przypadku, kiedy zostały spełnione łącznie następujące przesłanki:

- 1) uprawdopodobnienie w trakcie postępowania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,
- 2) złożenie wniosku przez przedsiębiorcę do zobowiązania się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków,
- 3) uznanie przez Prezesa Urzędu za celowe nałożenie obowiązku wykonania przedłożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania.

⁵ wyrok SOKiK z dnia 13 stycznia 2009 r. (sygn. akt XVII Ama 26/08), wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 20 listopada 2009 r. (sygn. akt VI ACa 539/09).

Spełnienie przesłanki z pkt 1) zostało opisanej powyżej. Konieczne jest zatem zbadanie, czy zostały spełnione dwie pozostałe przesłanki wydania decyzji zobowiązującej.

Po zawiadomieniu o wszczęciu postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów oraz o sformułowanym w nim zarzucie, Vectra w pierwszym piśmie wyraziła chęć zakończenia niniejszego postępowania poprzez wydanie decyzji zobowiązującej na zasadach opisanych w art. 28 *ustawy o ochronie ...*, w tym przedstawiła wstępną propozycję zobowiązania. Zobowiązanie to zostało następnie zmienione oraz uszczegółowione w pismach Spółki z dnia 18 marca, 12 maja, 26 sierpnia, 23 listopada oraz 14 grudnia 2016 r. Przedsiębiorca zobowiązał się do następujących działań:

A. przyznania rekompensaty konsumentom, którzy zawarli umowę o świadczenie co najmniej jednej z usług telekomunikacyjnych oferowanych przez Spółkę, tj. dostępu do telewizji cyfrowej, szerokopasmowego Internetu, Internetu mobilnego oraz telefonii stacjonarnej, w ramach promocji: *Wszystko za 10 zł*, tj. od dnia 12 września 2015 roku do dnia 29 lutego 2016 roku i na dzień skierowania do nich pism, o których mowa w **punkcie I.B.4. sentencji niniejszej decyzji**, pozostają stroną takiej umowy lub innej zawartej ze Spółką, polegającej na:

A.1. możliwości uzyskania, na okres 3 (trzech) pełnych miesięcy rozliczeniowych, dostępu do jednego dodatkowego pakietu do każdej usługi, z której korzysta konsument, na następujących zasadach:

- i. w zakresie usługi telewizji cyfrowej rekompensatę będą stanowić pakiety Premium telewizji cyfrowej, tj.:
 - a. *Pakiet Premium Filmbox* będzie dostępny dla abonentów, którzy nie posiadają takiego pakietu,
 - b. *Pakiet Sport na Ostro* będzie dostępny dla abonentów, którzy nie posiadają takiego pakietu oraz korzystają z *Pakietu Premium Filmbox*,
 - c. *Pakiet Cinemax* będzie dostępny dla abonentów, którzy nie posiadają takiego pakietu oraz korzystają z *Pakietu Premium Filmbox* oraz *Pakietu Sport na Ostro*,
- ii. w zakresie usługi szerokopasmowego dostępu do Internetu rekompensata będzie polegać na:
 - a. zwiększeniu prędkości transmisji danych do 30 Mb/s, jeśli abonent korzysta z pakietu internetowego o prędkości 10 Mb/s lub 15 Mb/s,
 - b. zwiększeniu prędkości transmisji danych do 50 Mb/s, jeśli abonent korzysta z pakietu internetowego o prędkości 20 Mb/s lub 30 Mb/s,
 - c. zwiększeniu prędkości transmisji danych do 100 Mb/s, jeśli abonent korzysta z pakietu internetowego o prędkości 40 Mb/s lub 50 Mb/s,
 - d. zwiększeniu prędkości transmisji danych do 150 Mb/s, jeśli abonent korzysta z pakietu internetowego o prędkości 100 Mb/s,
 - e. przyznaniu dodatkowego pakietu Internetu mobilnego (1 GB), jeśli abonent korzysta z pakietu internetowego o prędkości 150 Mb/s lub z uwagi na ograniczenia techniczne nie może skorzystać ze zwiększenia prędkości transmisji danych określonych w punkcie I.A.1.ii.a. – d.
- iii. w zakresie usługi telefonii stacjonarnej (z wyjątkiem pakietu: *Domowy bez limitu*) rekompensata będzie polegać na przyznaniu dodatkowych 150 minut miesięcznie do zrealizowania w ramach posiadanej usługi
- iv. w zakresie usługi telefonii stacjonarnej w ramach pakietu: *Domowy bez limitu* rekompensata będzie polegać na przyznaniu dodatkowego pakietu minut w

ramach telefonii mobilnej (150 minut / 15 sms / 150 Mb miesięcznie wraz z kartą SIM),

- v. w zakresie usługi Internetu mobilnego rekompensata będzie polegać na przyznaniu dodatkowego pakietu Internetu mobilnego (1 GB) wraz z dodatkową kartą SIM,

albo

A.2. udzieleniu rabatu (upustu cenowego), na okres 3 (trzech) pełnych miesięcy rozliczeniowych, wynoszącego 10 zł brutto miesięcznie do obecnie obowiązujących konsumenta opłat abonamentowych za poszczególne usługi, z których on korzysta;

wybór pomiędzy rekompensatą określoną w **punkcie I.A.1.**, a **I.A.2. sentencji niniejszej decyzji** będzie należał do konsumenta; jeśli nie podejmie on decyzji w tej kwestii w terminie określonym w **punkcie I.B.1. sentencji niniejszej decyzji**, to Spółka przyzna mu rekompensatę, o której mowa w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji**,

- B.** przekazania konsumentom informacji o możliwości skorzystania z przysługującej im rekompensaty, o której mowa w **punkcie I.A. sentencji niniejszej decyzji**, przy czym:

B.1. termin na dokonanie wyboru formy rekompensaty przez konsumenta zostanie wskazany w piśmie, o którym mowa w **punkcie I.B.4. sentencji niniejszej decyzji**, przy czym będzie on określony jako data dzienna obliczona uprzednio przez Spółkę poprzez dodanie co najmniej 60 dni od dnia rozpoczęcia wysyłki pism do konsumentów,

B.2. Spółka wskaże w treści pisma, że niedokonanie przez konsumenta wyboru formy rekompensaty w terminie, o którym mowa w **punkcie I.B.1. sentencji niniejszej decyzji** będzie skutkowało przyznaniem konsumentowi rekompensaty na zasadach określonych w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji**,

B.3. Spółka zobowiąże się również do automatycznej dezaktywacji dodatkowych pakietów usług przyznanych konsumentowi w ramach rekompensaty, o której mowa w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji** po upływie okresu wskazanego w ww. punkcie,

B.4. informacja przesłana konsumentom będzie miała następującą treść:

„Szanowni Państwo,

Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni, będąca Państwa dostawcą usług telekomunikacyjnych, uprzejmie informuje, iż w związku z możliwością powstania wątpliwości po Państwa stronie, dotyczących treści przekazu reklamowego, prezentowanego w ramach kampanii reklamowej *Wszystko za 10 zł*, a także w celu realizacji zobowiązania przyjętego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w ramach decyzji nr RKR-11/2016 wydanej w dniu 29 grudnia 2016 r. na podstawie art. 28 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) oraz mając na względzie satysfakcję swoich Klientów, proponuje Państwu udzielenie rekompensaty zależnej od Państwa wyboru, w formie skorzystania z następujących możliwości:

- (1) dostępu do dodatkowych pakietów usług,

albo

- (2) upustu cenowego do obecnie obowiązujących Państwa opłat abonamentowych.

W przypadku, gdy korzystają Państwo z więcej niż jednej usługi, nie ma możliwości wyboru formy rekompensaty polegającej zarówno na upuście cenowym, jak i dostępie

do danego dodatkowego pakietu usług. Można wówczas wybrać tylko jedną z ww. form rekompensaty.

Państwa wybór z zaprezentowanych powyżej możliwości dotyczących formy rekompensaty odbywać się będzie na poniżej opisanych zasadach.

W celu wyboru formy rekompensaty powinni Państwo złożyć pisemne oświadczenie, zgodnie z załączonym wzorem, który wymaga zaznaczenia Państwa decyzji odnośnie wyboru rekompensaty oraz podania danych identyfikacyjnych, tj.: imienia i nazwiska, adresu zamieszkania i numeru abonenta. Przedmiotowe pismo powinno również zawierać odręczny podpis i zostać dostarczone Vectra S.A. W tym celu prosimy o jego wysłanie na adres: lub dostarczenie do lokalnego Biura Obsługi Klienta/Salonu Firmowego w nieprzekraczalnym terminie, tj. nie później niż do dnia

Jednocześnie wyjaśniamy, że jeżeli nie dokonają Państwo wyboru formy rekompensaty w powyżej wskazanym terminie, to zostanie ona Państwu udzielona w formie dostępu do dodatkowych pakietów usług na warunkach wskazanych w niniejszym piśmie.

Rekompensata w formie dodatkowych pakietów usług zostanie Państwu udzielona na następujących zasadach:

1. jeżeli korzystacie Państwo z 1 usługi, w ramach rekompensaty usługa ta zostanie poszerzona o dodatkowy pakiet,
2. jeżeli korzystacie Państwo z 2 lub więcej usług, w ramach rekompensaty otrzymacie Państwo dodatkowy pakiet do każdej z tych usług.

Przygotowany dla Państwa pakiet obejmuje:

(w tym miejscu zostanie wstawiony zindywidualizowany opis usług dopasowany do usług posiadanych przez Abonenta)

W przypadku skorzystania z powyższej formy rekompensaty świadczenie wybranych przez Państwa dodatkowych pakietów usług będzie realizowane przez okres 3 (trzech) pełnych miesięcy rozliczeniowych, tj. w okresie od dnia ... do dnia

Wskazujemy również, że przyznany Państwu dodatkowy pakiet usług zostanie dezaktywowany po upływie ww. okresu. Powyższe nastąpi automatycznie i nie będzie wymagało od Państwa jakichkolwiek dodatkowych czynności.

W razie wyboru rekompensaty w formie upustu cenowego, polegającego na obniżeniu Państwa opłaty abonamentowej o 10,00 zł za jeden miesiąc, obniżka dotyczyć będzie każdej świadczonej Państwu usługi głównej, tj. telewizyjnej, szerokopasmowego dostępu do Internetu, telefonicznej oraz Internetu mobilnego, przez okres 3 (trzech) pełnych miesięcy rozliczeniowych, tj. w okresie od dnia ... do dnia ..., niezależnie od tego, czy umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawarta w ramach promocji: *Wszystko za 10 zł* ulegała następnie zmianom poprzez skorzystanie przez Państwa z innych promocji bądź poszerzenie dotychczasowego pakietu usług o dodatkową usługę główną. Możliwość skorzystania z upustu cenowego nie obejmie usług głównych, które nabyte zostaną przez Państwa po dniu wysłania do Państwa niniejszej korespondencji. W niniejszej sytuacji otrzymają Państwo *rachunek/fakturę* potwierdzającą przyznanie ww. upustu.

W tym miejscu chcielibyśmy podkreślić, że szeroko pojęta satysfakcja naszych Abonentów jest dla nas priorytetem, dlatego wierzymy, że zaproponowane rozwiązania spotkają się z zadowoleniem z Państwa strony.”

- C. przyznania rekompensaty konsumentom, którzy zawarli umowę o świadczenie poszczególnych usług telekomunikacyjnych oferowanych przez Spółkę, tj. dostępu do telewizji, Internetu, Internetu mobilnego oraz telefonii stacjonarnej, w ramach promocji: *Wszystko za 10 zł*, tj. od dnia 12 września 2015 roku do dnia 29 lutego 2016 roku i na dzień skierowania do nich pism, o których mowa w **punkcie I.D.3. sentencji niniejszej decyzji** nie pozostają stroną takiej umowy lub jakiegokolwiek innej zawartej ze Spółką, poprzez udzielenie im zwrotu w wysokości 30 zł za każdą usługę, z której korzystali w ramach promocji *Wszystko za 10 zł* i wypłaty należnej im kwoty poprzez dokonanie przelewu na rachunek bankowy konsumenta albo zastosowanie formy przekazu pocztowego,
- D. przekazania konsumentom informacji o możliwości skorzystania z przysługującej im rekompensaty, o której mowa w **punkcie I.C. sentencji niniejszej decyzji**, przy czym:
- D.1.** termin na przekazanie przez konsumenta informacji o numerze rachunku bankowego, na który należy zwrócić przysługującą mu kwotę pieniężną, zostanie wskazany w piśmie, o którym mowa w **punkcie I.D.3. sentencji niniejszej decyzji**, przy czym będzie on określony jako data dzienna obliczona uprzednio przez Spółkę poprzez dodanie co najmniej 30 dni od dnia rozpoczęcia wysyłki pism do konsumentów,
- D.2.** Spółka wskaże w treści pisma, że niewskazanie przez konsumenta numeru rachunku bankowego w terminie, o którym mowa w **punkcie I.D.1. sentencji niniejszej decyzji** będzie skutkowało zwróceniem należnej mu kwoty pieniężnej przekazem pocztowym, na koszt Spółki, na adres korespondencyjny wskazany przez niego w umowie,
- D.3.** informacja przesłana konsumentom będzie miała następującą treść:
- „Szanowni Państwo,

Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni, będąca uprzednio Państwa dostawcą usług telekomunikacyjnych, uprzejmie informuje, iż w związku z możliwością powstania wątpliwości po Państwa stronie, dotyczących treści przekazu reklamowego, prezentowanego w ramach kampanii reklamowej *Wszystko za 10 zł*, a także w celu realizacji zobowiązania przyjętego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w ramach decyzji nr RKR-11/2016 wydanej w dniu 29 grudnia 2016 r. na podstawie art. 28 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (tekst jedn. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.), przyznaje Państwu jednorazową rekompensatę w formie zwrotu kwoty 30,00 zł za każdą usługę nabytą przez Państwa w ramach promocji: *Wszystko za 10 zł*.

W celu skorzystania z przyznanej rekompensaty prosimy o pisemne podanie numeru Państwa rachunku bankowego, na które zostanie ona Państwu przekazana przelewem, wraz z danymi identyfikacyjnymi, tj.: imieniem, nazwiskiem i adresem zamieszkania. Przedmiotowe pismo powinno również zawierać odręczny podpis i zostać dostarczone do Vectra S.A. poprzez jego wysłanie na adres lub dostarczenie do lokalnego Biura Obsługi Klienta/Salonu Firmowego w nieprzekraczalnym terminie, tj. nie później niż do dnia

W przypadku braku odpowiedzi z Państwa strony w powyżej określonym terminie, rekompensata zostanie Państwu zwrócona przez Vectra S.A., na jej koszt, przekazem pocztowym na adres korespondencyjny wskazany przez Państwa w ostatniej umowie, wiążącej Państwa z Vectra S.A.”,

- E. opublikowania w terminie 7 (siedmiu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji jej treści na oficjalnej stronie internetowej Spółki pod adresem: www.vectra.pl lub innej obowiązującej w trakcie obowiązku utrzymania w formie odnośnika – zamieszczonego na stronie głównej Spółki – kierującego odwiedzającego stronę do treści decyzji (www.vectra.pl/decyzjaUOKiK) i utrzymywania jej w powyżej określony sposób przez okres 60 (sześćdziesięciu) dni od dnia jej publikacji,
- F. opublikowania oświadczenia o poniższej treści:

"W związku z realizacją zobowiązań objętych treścią decyzji administracyjnej nr RKR-11/2016 wydanej przez Prezesa UOKiK 29 grudnia 2016 r. Vectra S.A. informuje, że w reklamach stosowanych w ramach kampanii „Wszystko za 10 zł” Spółka nie informowała o ograniczonym okresie obowiązywania ceny prezentowanej w hasle reklamowym „Wszystko za 10 zł”, co mogło wprowadzić konsumentów w błąd co promocyjnej ceny usług oferowanych przez Spółkę."

w Programie Drugim Telewizji Polskiej (TVP 2) w ten sposób, że:

- publikacja będzie miała formę co najmniej piętnastosekundowego filmu,
- oświadczenie zostanie przeczytane przez lektora oraz wyświetlone na ekranie,
- film będzie wyświetlony 3 razy, raz w ciągu dnia, przez 3 dni z rzędu,
- wyświetlenie każdego z filmów nastąpi w ramach bloku reklamowego emitowanego między 17.30 a 19.30.

Ponadto Spółka w swoich pismach z dnia 12 maja, 26 sierpnia, 23 listopada oraz 14 grudnia 2016 roku wyjaśniła poszczególne kwestie związane z ww. zobowiązaniem oraz przekazała następujące oświadczenia oraz deklaracje:

- w zakresie osób i usług objętych zobowiązaniem Spółka wskazała, że: *Spółka potwierdza, iż zobowiązaniem objęci zostaną osobno wszyscy Abonenci Spółki, którzy zawarli umowę ze Spółką w ramach promocji „Wszystko za 10 zł”, tj. od dnia 12 września 2015 roku do dnia 29 lutego 2016 roku, oraz Ci Abonenci, którzy po zawarciu umowy w ramach tej promocji, dokonali następnie zmian jej warunków* oraz potwierdziła, że: *Rekompensata przyznana zostanie (...) bez względu na to, czy umowa ta zawarta była w ramach przedmiotowej promocji czy też następnie abonent zmienił jej warunki korzystając z innej promocji bądź nabywając inną Usługę Główną. Oznacza to, że w sytuacji, jeśli np. w ramach promocji „Wszystko za 10 zł” abonent korzystał wyłącznie z usługi szerokopasmowego dostępu do Internetu, a następnie nabył inną Usługę Główną poza tą promocją, rekompensata zostanie udzielona w stosunku do każdej Usługi Głównej, co stanowi wyraz prokonsumenckiego nastawienia Spółki* (powyższe stanowi wyjaśnienie w zakresie litery A. zobowiązania Spółki),
- w zakresie komunikatu kierowanego do konsumentów oraz terminu na dokonanie przez nich wyboru formy rekompensaty (litera B.) Spółka wyjaśniła, że: *Komunikacja ta nastąpi zwykłą przesyłką pocztową, która zgodnie z treścią umowy zawartej przez Spółkę z operatorem [] powinna być doręczona []. Spółka przyjmuje zatem, iż do [] jej Abonenci będą mogli zapoznać się z jego treścią. Spółka w komunikacji wskaże, iż Abonenci będą mogli nie później niż do konkretnie wskazanego w tej komunikacji dnia, w terminie nie krótszym jednak niż 45 dni (zakładając przy tym w uproszczeniu, że każdy miesiąc 30 dni), złożyć oświadczenie co do możliwości skorzystania z rekompensaty, jak i możliwości wyboru jej formy, jak i wskazała, że: Następnie abonent (którego wiąże umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych) będzie miał 45 dni na podjęcie decyzji co do kwestii generalnego skorzystania z rekompensaty, jak i wyboru jej formy oraz do złożenia stosownego oświadczenia woli Spółce w tym zakresie. Reasumując, data dzienna będzie upływać tutaj w [] dniu od dnia rozpoczęcia wysyłki korespondencji do Abonentów (zgodnie z działaniem []),*

- w kwestii terminu przyznania konsumentom rekompensaty określonej w lit. A.1. lub A.2. Przedsiębiorca wytłumaczył, że: *Po upływie określonego 45-dniowego terminu do ewentualnego złożenia przez Abonentów oświadczenia co do wyboru formy rekompensaty (w wyżej wskazanym przykładowym harmonogramie będzie to []), Spółka przez okres do 30 dnia dokona implementacji do systemów bilingowych dokonanych przez Abonentów (lub przyznanych im automatycznie w razie braku wyboru (...) wyborów formy rekompensaty. Po dokonaniu implementacji do systemów bilingów, począwszy od kolejnego pełnego okresu rozliczeniowego (tj. miesiąca kalendarzowego) Spółka rozpocznie realizację rekompensaty w postaci odpowiednio uruchomienia dodatkowych opcji usług albo naliczania upustów cenowych przez okres 3 kolejnych pełnych okresów rozliczeniowych (miesiące). (...),*
- w zakresie komunikatu kierowanego do konsumentów oraz terminu na wskazanie numeru rachunku bankowego, na który Spółka powinna zwrócić należną im kwotę rekompensaty (litera D.) Vectra wyjaśniła, że: *Wobec byłych Abonentów Spółki wystosowana zostanie w tym samym terminie co do Aktualnych Abonentów Spółki komunikacja o możliwości skorzystania z rekompensaty w formie pieniężnej, a dotycząca wskazania przez byłych Abonentów (...) numeru konta bankowego, na jakie przelana winna być rekompensata ze wskazaniem, iż w przypadku braku podania numeru konta zwrot rekompensaty nastąpi przekazem pocztowym na ostatni znany Spółce adres zamieszkania byłego Abonenta., jak i wskazała, że: Byli abonenci Spółki będą mieli 14 dni na podanie numeru rachunku bankowego Spółce. Krótszy termin w tym przypadku wynika z faktu, iż byli Abonenci nie mają do wyboru opcji realizacji rekompensaty i otrzymają rekompensatę automatycznie. Reasumując, data dzienna będzie upływać w tym przypadku w [] dniu, licząc od dnia rozpoczęcia wysyłki korespondencji do abonentów (zgodnie z działaniem: []),*
- w kwestii terminu wypłaty konsumentom należnej im rekompensaty określonej w lit. C Spółka wskazała, że: *Termin do wypłaty rekompensaty byłym abonentom Spółki uzależnia od formy wyboru sposobu zrealizowania zapłaty rekompensaty. Zwrot w formie przelewu na wskazany przez Abonenta numer konta bankowego nastąpi do 30 dni od upływu terminu do złożenia oświadczenia o wyborze takiej formy zwrotu rekompensaty a przy braku oświadczenia lub wyborze formy przekazu pocztowego do 60 dni od upływu tego terminu. To różnicowanie jak wskazano w uprzedniej korespondencji wynika z niejako [],* a także że: *Takie przesunięcie czasowe zwrotu należności jest uzasadnione koniecznością wykonania dodatkowych czynności obsługi przekazu pocztowego jako formy płatności, która jest o wiele bardziej pracochłonna niż przelewy bankowe.,*
- w zakresie form kontaktu Spółka wskazała, że konsumenci swoje oświadczenia będą mogli do niej kierować: *w formie zwykłej przesyłki pocztowej lub poprzez złożenie pisemnego oświadczenia w Biurze Obsługi Klienta/Salonie Firmowym Spółki, a wzór takiej deklaracji do wypełnienia otrzymają jako załącznik do komunikatu,*
- w kwestii możliwości łączenia rekompensat określonych w lit. A.1. oraz A.2. Przedsiębiorca wyjaśnił, że nie jest to możliwe ze względu na kwestie techniczne; z tego względu konsument, który korzysta np. z dwóch lub więcej usług w ramach umowy zawartej ze Spółką, będzie uprawniony do wyboru jednego rodzaju rekompensaty dla wszystkich usług, tj. dla każdej obniżenie ceny lub do każdej aktywowanie dodatkowego pakietu usług,
- wobec byłych abonentów Spółki wysokość rekompensaty będzie zależna od tego z ilu usług korzystał konsument w ramach promocji *Wszystko za 10 zł*, czyli może ona wynosić np. 30 złotych, 60 złotych, 90 złotych lub 120 złotych; w tym zakresie Vectra wskazała, że: *Dla abonentów, którzy wypowiedzieli umowę i nie korzystają z usług Spółki rekompensata udzielana będzie w postaci obniżenia opłaty związanej ze zwrotem należnej Spółce ulgi poprzez korektę noty obciążeniowej o kwotę 10 zł brutto miesięcznej kwoty ulgi podlegającej zwrotowi za każdą Usługę Główną za okres 3 (trzech miesięcy),*

- Vectra wyjaśniła również, że dokona automatycznej dezaktywacji dodatkowych pakietów usług przyznanych konsumentowi w ramach rekompensaty, o której mowa w lit. A.1. po upływie okresu wskazanego w ww. literze,
- Spółka wskazała, że przez 7 dni od dnia upływu terminu określonego w komunikatach, o których mowa w literze B. i D. Spółka będzie monitorowała wpływ pism konsumentów stanowiących odpowiedź na propozycje Vectry określone w ww. komunikatach (decydująca będzie data nadania przesyłki pocztowej),
- Vectra wyjaśniła również, że: *Przy ustalaniu statusu Abonenta, do którego kierowana będzie komunikacja (aktywny lub abonent Spółki), Spółka kierować się będzie danymi zawartymi w systemach operacyjnych Spółki, (...) Jeżeli umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych ulegnie rozwiązaniu przed upływem ostatniego dnia, do którego Abonenci będą mogli skutecznie składać oświadczenie o dokonaniu wyboru formy rekompensaty (daty dziennej wskazanej w punkcie 4 niniejszego pisma), wówczas zostanie do niego skierowany list w wersji do byłych Abonentów. W pozostałych wypadkach, wówczas taki abonent zostanie powiadomiony o możliwości skorzystania z rekompensaty w postaci dodatkowego pakietu lub obniżenia ceny usług, z czego może korzystać do końca trwania umowy lub może wybrać formę rekompensaty dla byłych Abonentów. (..) z uwagi na ograniczenia bilingowe nie ma możliwości wprowadzenia rekompensaty o mieszanym charakterze, ani też umożliwić abonentom zmianę już wybranej formy rekompensaty (powyższe jest związane z ustalaniem statusu abonenta),*
- w kwestii rekompensaty określonej w literze A.1.iii. oraz A.1.iv. Spółka doprecyzowała, że: *(..) prostując oczywistą omyłkę pisarską w opisie rekompensaty dla Abonentów, gdzie powinno było być:*
„Telefon stacjonarny (każdy inny niż w pakiecie – Bez Limitu) – 150 minut
Telefon stacjonarny w pakiecie Bez Limitu – karta SIM”.

Powyższe wskazuje, że przesłanka określona w punkcie 2) również została spełniona.

Treść zobowiązania zaproponowanego przez Spółkę zmierza do zrekompensowania konsumentom ewentualnych skutków zapoznania się przez nich z kwestionowanymi przez organ ochrony konsumentów materiałami reklamowymi zawierającymi hasło: „Wszystko za 10 zł”, które mogło wprowadzać w błąd. Należy zauważyć, że rekompensata (w formie określonej w lit. A. lub C.) zostanie udzielona wszystkim konsumentom, którzy zawarli z Vectrą umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych w okresie obowiązywania promocji: „Wszystko za 10 zł”, tj. od dnia 12 września 2015 roku do dnia 29 lutego 2016 roku. Ponadto wypłata dla konsumenta nastąpi niezależnie od tego, czy zawarł ww. umowę ze Spółką z uwagi na to, że wcześniej zapoznał się z treścią materiałów marketingowych stosowanych przez Przedsiębiorcę.

W świetle powyższego Prezes Urzędu uznał, że podjęte przez Przedsiębiorcę zobowiązanie jest nakierowane na usunięcie trwających skutków naruszenia art. 24 *ustawy o ochronie ...* poprzez deklarację przysporzenia na rzecz konsumentów⁶, przez co uzyskają oni realną korzyść (czasowe obniżenie opłaty abonamentowej albo terminowe aktywowanie dodatkowego pakietu usług albo zwrot określonej kwoty). Dodatkowo Prezes Urzędu miał na uwadze również to, że treść materiałów reklamowych stosowanych przez Przedsiębiorcę została zakwestionowana przez organ ochrony konsumentów po raz pierwszy. Vectra wcześniej nie dopuściła się naruszenia zarzucanego jej w niniejszym postępowaniu. Ponadto Prezes Urzędu wziął pod uwagę także to, że Spółka złożyła wnioski w trybie określonym w art. 28 *ww. ustawy* na początkowym etapie postępowania. W swoim pierwszym piśmie Spółka zadeklarowała również, że w przyszłych kampaniach reklamowych będzie przygotowywała

⁶ Tak m. in. w *Wyjaśnieniach w sprawie wydawania decyzji zobowiązującej w sprawach praktyk ograniczających konkurencję oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*, Warszawa, 2015 r., str. 3.

reklamy, w których potencjalni klienci Vectry będą w sposób prawidłowy informowani o wszystkich najważniejszych warunkach promocji związanych bezpośrednio z treścią danego przekazu reklamowego. Dlatego też na podstawie art. 28 ust. 2 ww. *ustawy* nałożył na Przedsiębiorcę obowiązek wykonania tego zobowiązania w **następujących terminach**:

- w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji w zakresie punktu I.B., I.D. oraz I.E. sentencji niniejszej decyzji,
- w terminie do 30 dni od dnia upływu terminu, wskazanego w komunikacie, o którym mowa w punkcie I.D. sentencji niniejszej decyzji do złożenia przez konsumenta oświadczenia co do formy zwrotu należnej mu kwoty pieniężnej, w razie wskazania przez konsumenta w wyznaczonym mu terminie numeru rachunku bankowego, na który należy przekazać przysługującą mu kwotę pieniężną ustaloną w sposób określony w punkcie I.C. sentencji niniejszej decyzji,
- w terminie do 60 dni od dnia upływu terminu, wskazanego w komunikacie, o którym mowa w punkcie I.D. sentencji niniejszej decyzji, do złożenia przez konsumenta oświadczenia co do formy zwrotu należnej mu kwoty pieniężnej, w razie konieczności skierowania do danego konsumenta przekazu pocztowego, za pośrednictwem którego zostanie mu przesłana przysługująca mu kwota pieniężna ustalona w sposób określony w punkcie I.C. sentencji niniejszej decyzji,
- w terminie do 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji w zakresie punktu I.F. sentencji niniejszej decyzji,
- w terminie 8 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji w zakresie punktu I.A. sentencji niniejszej decyzji.

Wobec tego orzeczono jak w pkt I. sentencji decyzji.

obowiązek złożenia sprawozdania o realizacji nałożonego zobowiązania

Stosownie do art. 28 ust. 3 *ustawy o ochronie ...* w decyzji wydanej na podstawie art. 28 ust. 1 tej *ustawy* Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę **obowiązek złożenia sprawozdania z realizacji wykonania przyjętego zobowiązania**. Wobec powyższego, Prezes Urzędu nałożył na Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni obowiązek złożenia ww. sprawozdania, w terminie 11 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, poprzez:

- 1) przedłożenie w wersji papierowej oraz elektronicznej zrzutów z ekranu (z widoczną datą ich sporządzenia) ze strony internetowej Spółki, tj. www.vectra.pl (lub każdej innej strony internetowej Spółki zastępującej tę stronę) z pierwszego oraz ostatniego dnia utrzymywania informacji, o której mowa w **punkcie I.E. sentencji niniejszej decyzji** oraz podstrony zawierającej treść niniejszej decyzji,
- 2) wskazanie liczby konsumentów objętych zobowiązaniem określonym w **punkcie I. sentencji niniejszej decyzji**,
- 3) określenie ogólnej liczby usług telekomunikacyjnych objętych zobowiązaniem, o którym mowa w **punkcie I. sentencji niniejszej decyzji**,
- 4) wskazanie liczby konsumentów, do których Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni wysłała pismo, o którym w **punkcie I.B. sentencji niniejszej decyzji**,
- 5) przekazanie kopii pism z informacją, o której mowa w **punkcie I.B. sentencji niniejszej decyzji**, wysłanych do 30 różnych konsumentów z uwzględnieniem różnych opcji określonych w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji**,

- 6) przedłożenie kopii pism z informacją, o której mowa w **punkcie I.B. sentencji niniejszej decyzji**, wysłanych do 5 różnych konsumentów z uwzględnieniem różnych opcji określonych w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji**, którzy następnie nie dokonali wyboru rekompensaty w terminie określonym w **punkcie I.B.1. sentencji niniejszej decyzji**,
- 7) wskazanie liczby i rodzajów usług, co do których konsumenci zgłosili wybór rekompensaty, o której mowa w **następujących punktach**:
 - a) **I.A.1.i.a. sentencji niniejszej decyzji**,
 - b) **I.A.1.i.b. sentencji niniejszej decyzji**,
 - c) **I.A.1.i.c. sentencji niniejszej decyzji**,
 - d) **I.A.1.ii.a. sentencji niniejszej decyzji**,
 - e) **I.A.1.ii.b. sentencji niniejszej decyzji**,
 - f) **I.A.1.ii.c. sentencji niniejszej decyzji**,
 - g) **I.A.1.ii.d. sentencji niniejszej decyzji**,
 - h) **I.A.1.ii.e. sentencji niniejszej decyzji**,
 - i) **I.A.1.iii. sentencji niniejszej decyzji**,
 - j) **I.A.1.iv. sentencji niniejszej decyzji**,
 - k) **I.A.1.v. sentencji niniejszej decyzji**,
 - l) **I.A.2. sentencji niniejszej decyzji**,
- 8) przekazanie w wersji elektronicznej, np. na płycie CD, po 1 kopii dokumentów lub innych środków dowodowych potwierdzających fakt, że Spółka otrzymała informację od konsumenta, że wybiera on rekompensatę poprzez przyznanie mu poszczególnych dodatkowych pakietów usług, o których mowa w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji**, jeśli takie znajdują się w posiadaniu Spółki,
- 9) przedłożenie w wersji elektronicznej, np. na płycie CD, przykładowych środków dowodowych potwierdzających fakt, że Spółka aktywowała 15 różnym konsumentom dodatkowe pakiety usług na zasadach określonych w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji**, jeśli takie znajdują się w posiadaniu Spółki,
- 10) określenie liczby konsumentów, którym Spółka uruchomiła dodatkowe pakiety usług wskazane w **punkcie I.A.1. sentencji niniejszej decyzji** w sytuacji, gdy nie dokonali oni wyboru formy rekompensaty w terminie określonym w **punkcie I.B.1. sentencji niniejszej decyzji**,
- 11) wskazanie ogólnej liczby usług, co do których konsumenci nie zgłosili wyboru rekompensaty w terminie określonym w **punkcie I.B.1. sentencji niniejszej decyzji**, przez co w ramach danej usługi zostały aktywowane dodatkowe pakiety usług,
- 12) określenie liczby poszczególnych rodzajów rekompensaty przyznanych przez Spółkę w ramach danej usługi w sytuacji, gdy konsumenci nie dokonali wyboru formy rekompensaty w terminie określonym w **punkcie I.B.1. sentencji niniejszej decyzji** z uwzględnieniem poniższych punktów:
 - a) **I.A.1.i.a. sentencji niniejszej decyzji**,
 - b) **I.A.1.i.b. sentencji niniejszej decyzji**,
 - c) **I.A.1.i.c. sentencji niniejszej decyzji**,
 - d) **I.A.1.ii.a. sentencji niniejszej decyzji**,
 - e) **I.A.1.ii.b. sentencji niniejszej decyzji**,
 - f) **I.A.1.ii.c. sentencji niniejszej decyzji**,

- g) **I.A.1.ii.d. sentencji niniejszej decyzji,**
 - h) **I.A.1.ii.e. sentencji niniejszej decyzji,**
 - i) **I.A.1.iii. sentencji niniejszej decyzji,**
 - j) **I.A.1.iv. sentencji niniejszej decyzji,**
 - k) **I.A.1.v. sentencji niniejszej decyzji,**
- 13) wskazanie liczby konsumentów, do których Vectra S.A. z siedzibą w Gdyni skierowała korespondencję, o której mowa w **punkcie I.D. sentencji niniejszej decyzji,**
 - 14) przekazanie kopii pism z informacją, o której mowa w **punkcie I.D. sentencji niniejszej decyzji** wysłanych do 10 różnych konsumentów,
 - 15) przedłożenie kopii pism z informacją, o której mowa w **punkcie I.D. sentencji niniejszej decyzji,** wysłanych do 5 różnych konsumentów, którzy następnie nie wskazali numeru rachunku bankowego, na który Spółka powinna przekazać należną im kwotę, w terminie określonym w **punkcie I.D.1. sentencji niniejszej decyzji,**
 - 16) wskazanie liczby konsumentów, którym Spółka wypłaciła należną im kwotę na rachunek bankowy w zakresie zobowiązania określonego w **punkcie I.C. i I.D. sentencji niniejszej decyzji,**
 - 17) przekazanie kopii dokumentów potwierdzających fakt dokonania przez Spółkę wypłaty należnej kwoty na rachunek bankowy na rzecz 5 różnych konsumentów w zakresie zobowiązania określonego w **punkcie I.C. i I.D. sentencji niniejszej decyzji,**
 - 18) wskazanie liczby konsumentów, którym Spółka wypłaciła należną im kwotę poprzez skierowanie do nich przekazu pocztowego w zakresie zobowiązania określonego w **punkcie I.C. i I.D. sentencji niniejszej decyzji,**
 - 19) przekazanie kopii dokumentów potwierdzających fakt dokonania przez Spółkę wypłaty należnej kwoty poprzez skierowanie przekazu pocztowego do 5 różnych konsumentów w zakresie zobowiązania określonego w **punkcie I.C. i I.D. sentencji niniejszej decyzji,**
 - 20) wskazanie daty rozpoczęcia wysyłki do konsumentów komunikatów, o których mowa w **punkcie I.B. oraz I.D. sentencji niniejszej decyzji,**
 - 21) poinformowanie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o dacie planowanego opublikowania w Programie Drugim Telewizji Polskiej (TVP 2) oświadczenia o treści wskazanej w **punkcie I.F. sentencji niniejszej decyzji,** na 7 dni przed planowanym dniem publikacji ze wskazaniem daty i godziny planowanej publikacji,
 - 22) przesłanie materiału, który został opublikowany w Programie Drugim Telewizji Polskiej (TVP 2) i dokumentów potwierdzających zarezerwowanie i opłacenie czasu antenowego w Programie Drugim Telewizji Polskiej (TVP 2).

Zdaniem Prezesa Urzędu powyższe informacje są konieczne, a zarazem wystarczające do oceny, czy Spółka wykonała nałożone niniejszą decyzją obowiązki.

Wobec tego orzeczono jak w pkt II. sentencji decyzji.

pouczenie

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* w związku z art. 479²⁸ § 2 *ustawy z dnia 17 listopada 1964 roku – Kodeks postępowania cywilnego* (tekst jedn. Dz. U. z 2014 r., poz. 101 z późn. zm.) – od niniejszej decyzji stronie przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji

i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, wnoszone za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, pl. Szczepański 5, 31 – 011 Kraków.

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury UOKiK w Krakowie
Waldemar Jurasz