



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
MAŁGORZATA KRASNODEBSKA-TOMKIEL

DDK-61-2/13/AK

Warszawa, dn. 26 kwietnia 2013 r.

DECYZJA Nr DDK 1/2013

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r., Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów**, o których mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania ITI Neovision sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, polegające na:

1) informowaniu konsumentów będących abonentami ITI Neovision sp. z o.o. w ramach oferty „n” o jednostronnej zmianie, z dniem 1 maja 2013 r., warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, w sytuacji braku złożenia przez konsumenta do dnia 19 kwietnia 2013 r. oświadczenia woli o rozwiązaniu umowy w razie braku akceptacji nowych warunków, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową poprzez naruszenie art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów;

2) sposobie poinformowania konsumentów będących abonentami ITI Neovision sp. z o.o. w ramach oferty „n” o zmianie, z dniem 1 maja 2013 r., warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, w pismach wysłanych w dniu 25 marca 2013 r., w których informacja o zmianie warunków umowy oraz o możliwości i terminie wypowiedzenia umowy znajdowała się na drugiej stronie pisma i nie była w żaden sposób wyszczególniona (uwypuklona), natomiast na pierwszej stronie pisma znajdowała się informacja o nowej ofercie programowej „nc+”, z określeniem zbyt krótkiego terminu, tj. do dnia 19 kwietnia 2013 r., na złożenie przez konsumenta oświadczenia woli o rozwiązaniu umowy w razie braku akceptacji nowych warunków, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową poprzez naruszenie art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), a także godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i stwierdza zaniechanie ich stosowania z dniem 30 marca 2013 r.

II. Na podstawie art. 26 ust. 2 w zw. z art. 27 ust. 4 w zw. z art. 27 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada** na ITI Neovision sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci:

- 1) **odstąpienia od dokonania zmiany warunków umów z dniem 1 maja 2013 r.** wobec wszystkich konsumentów, którzy otrzymali pisma informujące o zmianie warunków umów, a nie wypowiedzieli umów zgodnie z przysługującym im prawem;
- 2) **poinformowania** na piśmie konsumentów, którzy otrzymali pismo informujące o zmianie warunków umów, a nie wypowiedzieli umów, że pismo informujące o zmianach warunków umowy, które wcześniej otrzymali, nie wywołuje żadnych skutków prawnych oraz, że będą im świadczone usługi telewizyjne na dotychczasowych warunkach umownych do końca oznaczonego okresu wynikającego z dotychczas obowiązującej umowy zawartej na czas oznaczony lub do czasu wyboru przez nich oferty „nc+”;
- 3) **poinformowania** na piśmie konsumentów, którzy otrzymali pismo informujące o zmianie warunków umów oraz wypowiedzieli obowiązujące ich umowy na skutek nieprzyjęcia zmian ich warunków, że do dnia 31 maja 2013 r. mogą anulować swoje wypowiedzenie poprzez kontakt z ITI Neovision sp. z o.o. (centrum obsługi klienta lub punkt sprzedaży) oraz, że jeżeli anulują swoje wypowiedzenie, to będą im świadczone usługi telewizyjne na dotychczasowych warunkach umownych (obowiązujących przed wypowiedzeniem umowy) do końca oznaczonego okresu wynikającego z dotychczas obowiązującej umowy zawartej na czas oznaczony lub do czasu wyboru przez nich oferty „nc+”;
- 4) **poinformowania** na piśmie konsumentów, którzy otrzymali pismo informujące o zmianie warunków umów oraz dokonali wyboru oferty „nc+”, że do dnia 31 maja 2013 r. mogą odstąpić od wybranej oferty „nc+”, poprzez kontakt z ITI Neovision sp. z o.o. (centrum obsługi klienta lub punkt sprzedaży) oraz, że jeżeli odstąpią od wybranej oferty „nc+”, to będą im świadczone usługi telewizyjne na dotychczasowych warunkach umownych (obowiązujących przed dokonaniem wyboru oferty „nc+”) do końca oznaczonego okresu wynikającego z dotychczas obowiązującej umowy zawartej na czas oznaczony lub do czasu wyboru przez nich innej oferty „nc+”;
- 5) **publikacji niniejszej decyzji** w całości na stronie internetowej przedsiębiorcy www.ncplus.pl w ten sposób, że odnośnik do treści decyzji powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywanie jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 1 (jednego) miesiąca.

III. Na podstawie art. 103 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.), **Prezes Urzędu Ochrony**

Konkurencji i Konsumentów nadaje decyzji rygor natychmiastowej wykonalności w części dotyczącej pkt II.1, II.2, II.3, II.4 sentencji decyzji.

IV. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.), **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada** na ITI Neovision sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie **karę pieniężną** w wysokości:

1) 5 913 336 zł (słownie: pięć milionów dziewięćset trzynaście tysięcy trzysta trzydzieści sześć złotych i 00/100), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w punkcie I.1 rozstrzygnięcia decyzji;

2) 4 927 780 (słownie: cztery miliony dziewięćset dwadzieścia siedem tysięcy siedemset osiemdziesiąt złotych i 00/100), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w punkcie I.2 rozstrzygnięcia decyzji.

Uzasadnienie

W dniu 2 kwietnia 2013 r., na podstawie art. 49 ust. 1 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.; dalej: „uokik”), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu”) wszczął postępowanie w sprawie stosowania przez ITI Neovision sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: „Spółka”, „ITI”) praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik, polegającej na:

1. informowaniu konsumentów będących abonentami oferty „n” o jednostronnej zmianie, z dniem 1 maja 2013 r., warunków umów zawartych na czas oznaczony, w zakresie ceny usługi, oferty programowej oraz okresu związania umową, w sytuacji braku złożenia przez konsumenta do dnia 19 kwietnia 2013 r. oświadczenia woli o rozwiązaniu umowy w razie braku akceptacji nowych warunków, co może naruszać art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206, dalej: „upnpr”) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów;

2. informowaniu konsumentów będących abonentami oferty „n” o jednostronnej zmianie, z dniem 1 maja 2013 r., warunków umów zawartych na czas nieoznaczony, w zakresie ceny usługi, oferty programowej oraz okresu związania umową, listem zwykłym, z określeniem rażąco krótkiego terminu, tj. do dnia 19 kwietnia 2013 r., na złożenie przez konsumenta oświadczenia woli o rozwiązaniu umowy w razie braku akceptacji nowych warunków, co może naruszać art. 4 ust. 1 upnpr oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Postanowieniem z dnia 10 kwietnia br. Prezes Urzędu zmienił postanowienie z dnia 2 kwietnia 2013 r. o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania przez ITI Neovision sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, w ten sposób, że sentencja postanowienia otrzymała brzmienie:

„I. Na podstawie art. 49 ust. 1 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczyna postępowanie w sprawie stosowania przez ITI Neovision sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na informowaniu konsumentów będących abonentami oferty „n” o jednostronnej zmianie, z dniem 1 maja 2013 r., warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, w sytuacji braku złożenia przez konsumenta do dnia 19 kwietnia 2013 r. oświadczenia woli o rozwiązaniu umowy w razie braku akceptacji nowych warunków, co może naruszać art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

II. Na podstawie art. 49 ust. 1 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczyna postępowanie w sprawie stosowania przez ITI Neovision sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na sposobie poinformowania konsumentów będących abonentami oferty „n” o zmianie, z dniem 1 maja 2013 r., warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, w pismach wysłanych w dniu 25 marca 2013 r., w których informacja o zmianie warunków umowy oraz o możliwości i terminie wypowiedzenia umowy znajdowała się na drugiej stronie pisma i nie była w żaden sposób wyszczególniona (uwypuklona), natomiast na pierwszej stronie pisma znajdowała się informacja o nowej ofercie programowej „nc+”, z określeniem zbyt krótkiego terminu, tj. do dnia 19 kwietnia 2013 r., na złożenie przez konsumenta oświadczenia woli o rozwiązaniu umowy w razie braku akceptacji nowych warunków, co może naruszać art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów.”

W toku postępowania administracyjnego Spółka przekazała żądane przez Prezesa Urzędu informacje i dokumenty w pismach z dnia: 9 kwietnia, 10 kwietnia, 12 kwietnia, 15 kwietnia i 16 kwietnia 2013 r.

W piśmie z dnia 9 kwietnia 2013 r. Spółka wniosła o wydanie przez Prezesa Urzędu decyzji na podstawie art. 28 uokik, zobowiązując się do (brzmienie zobowiązań z uwzględnieniem modyfikacji zawartych w piśmie Spółki z dnia 18 kwietnia 2013 r.):

1) natychmiastowego wstrzymania dalszej wysyłki do abonentów objętych Migracją zawiadomień o Migracji i o możliwości wypowiedzenia przez nich umów z tytułu Migracji w terminie określonym w tych zawiadomieniach (na potrzeby niniejszych zobowiązań „Migracja” oznacza zaproponowane w marcu 2013 r. zmiany do wzorca umowy w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu, na jaki umowa została zawarta, związane z migrowaniem abonentów do oferty „nc+”, które miały wejść w życie w sytuacji braku złożenia przez abonenta oświadczenia woli o rozwiązaniu umowy do stosownej daty);

- 2) odstąpienia od Migracji wszystkich abonentów, którzy otrzymali wspomniane zawiadomienia, a nie wypowiedzieli swoich umów zgodnie z nimi;
- 3) poinformowania na piśmie wszystkich abonentów, którzy otrzymali wspomniane zawiadomienia, a nie wypowiedzieli swoich umów, że:
 - a) zawiadomienie, które wcześniej otrzymali, nie wywołuje żadnych skutków prawnych,
 - b) nie zostaną objęci Migracją zgodnie ze wspomnianym zawiadomieniem,
 - c) będą otrzymywali usługi telewizyjne na podstawie swoich poprzednich umów na dotychczasowych warunkach umownych (z zastrzeżeniem ewentualnych zmian programowych wynikających z właściwych regulaminów i z wyłączeniem okresowych promocji) do końca oznaczonego okresu obecnie obowiązujących ich umów zawartych na czas oznaczony lub – odpowiednio – do czasu wyboru przez nich innej oferty „nc+”;
- 4) poinformowania na piśmie wszystkich abonentów, którzy wypowiedzieli obowiązujące ich umowy na skutek nieprzyjęcia oferty Migracji, że mogą:
 - a) anulować swoje wypowiedzenie do dnia 31 maja 2013 r. poprzez zawiadomienie na piśmie lub przez kontakt z centrum obsługi klienta lub punktem sprzedaży, oraz, że
 - b) jeżeli anulują swoje wypowiedzenie, będą mogli nadal korzystać z usług telewizyjnych na podstawie swojej dotychczasowej umowy, na warunkach umownych obowiązujących przed jej wypowiedzeniem (z zastrzeżeniem ewentualnych zmian programowych wynikających z właściwych regulaminów i z wyłączeniem okresowych promocji) do końca oznaczonego okresu dotychczas obowiązujących ich umów zawartych na czas oznaczony lub – odpowiednio – do czasu wyboru przez nich innej oferty „nc+”. Jeżeli przywrócenie warunków umownych, z których abonent korzystał poprzednio, nie będzie wykonalne, Neovision podejmie wszelkie możliwe starania w celu jak najpełniejszego dopasowania warunków dla tego abonenta do warunków poprzednio obowiązujących;
- 5) poinformowania na piśmie wszystkich abonentów, którzy w międzyczasie w następstwie Migracji wybrali ofertę „nc+”, że do dnia 31 maja 2013 r. mogą odstąpić od wybranej oferty „nc+” i nadal korzystać z usług na warunkach obowiązujących przed wyborem oferty „nc+” (z zastrzeżeniem ewentualnych zmian programowych wynikających z właściwych regulaminów i z wyłączeniem okresowych promocji) na okres do upływu oznaczonego okresu poprzednio obowiązujących ich umów zawartych na czas oznaczony lub – odpowiednio – do czasu wyboru przez nich innej oferty „nc+”. Jeżeli przywrócenie warunków umownych, z których abonent korzystał poprzednio, nie będzie wykonalne, Neovision podejmie wszelkie możliwe starania w celu jak najpełniejszego dopasowania warunków dla tego abonenta do warunków poprzednio obowiązujących.

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. Nr 30, poz. 168 ze zm.), pismem z dnia 18 kwietnia 2013 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu postępowania dowodowego w przedmiotowej sprawie, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy. W dniach 22 i 23 kwietnia 2013 r. z aktami sprawy zapoznali się pełnomocnicy ITI.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje

ITI Neovision sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie świadczy m.in. usługi rozprowadzania kodowanych programów telewizyjnych transmitowanych drogą satelitarną na obszarze całego kraju. W ramach prowadzonej działalności Spółka zawiera z konsumentami umowy o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej.

Na dzień 25 marca 2013 r. łączna liczba abonentów Spółki wynosiła [tajemnica przedsiębiorstwa].

Spółka poinformowała konsumentów będących jej abonentami w ramach oferty „n” o jednostronnej zmianie, z dniem 1 maja 2013 r., warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, zawartych na czas oznaczony i nieoznaczony, w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, w sytuacji braku złożenia przez konsumenta do dnia 19 kwietnia 2013 r. oświadczenia woli o rozwiązaniu umowy w razie braku akceptacji nowych warunków.

Wzór skierowanych do konsumentów pism wraz z załączonymi do niego warunkami poszczególnych ofert promocyjnych /All Inclusive+ (21), CANAL+ Platinum + HBO (22), CANAL+ Platinum + HBO (21), CANAL+ Gold + HBO (21), CANAL+ Platinum (23), CANAL+ Gold (21), CANAL+ Silver (23), CANAL+ Silver (22), CANAL+ Silver (21), Comfort+ (21), CANAL+ Platinum + HBO (22)/ stanowi załącznik nr 2 do pisma Spółki z dnia 9 maja 2013 r.

Wskazane pismo na pierwszej stronie zawiera informację o powstaniu nowej platformy „nc+” (*przedstawiamy nową, wyjątkową platformę nc+*) oraz przedstawia zmienioną ofertę programową (*NAJLEPSZE FILMY I SERIALE, EKSCYTUJĄCY SPORT, BOGATSZY CANAL+, ROZRYWKA I EDUKACJA, PUBLICYSTYKA*).

Strona druga ww. pisma zaczyna się od informacji nt. nowych technologii zastosowanych w ofercie „nc+” (*PRZYJAZNE TECHNOLOGIE*). Następnie znajduje się informacja o pełnym dostępie do oferty CANAL+ w okresie od piątego do trzydziestego kwietnia br. W dalszej części pisma wskazuje się na załączenie nowych dokumentów: Regulaminu świadczenia usług, Cennika oraz szczegółowych warunków korzystania ze sprzętu, stanowiących ofertę podstawową „nc+”, świadczoną przez ITI Neovision sp. z o.o., w oparciu o którą udostępniane będą poszczególne promocje. Dalej, w piśmie znajduje się następująca informacja: *Jednocześnie informujemy, iż na podstawie ww. dokumentów, w ramach Państwa obecnej Umowy, przygotowaliśmy dla Państwa nową ofertę [nazwa oferty], łączącą zalety platformy n i CYFRY+. Jej szczegóły określają warunki promocji, załączone do niniejszego listu. Oferta [nazwa oferty] z dniem pierwszego maja br. zastąpi Państwa obecną ofertę, a dotychczasowe Państwa dokumenty przestaną obowiązywać.*

Mając na uwadze powyższe, przysługuje Państwu prawo do rozwiązania Umowy z powodu braku akceptacji dokonanych zmian. Oświadczenie o rozwiązaniu Umowy powinno być złożone w formie pisemnej do dnia dziewiętnastego kwietnia br. Oświadczenie skutkować będzie na koniec Okresu rozliczeniowego, w którym oświadczenie zostało złożone.

Reasumując, skutkiem złożenia przez konsumenta oświadczenia o rozwiązaniu umowy jest rozwiązanie stosunku obligacyjnego ze Spółką. Niezłożenie natomiast ww.

oświadczenia albo złożenie go po terminie (po dniu 19 kwietnia 2013 r.) skutkuje przedłużeniem umowy na warunkach nowej oferty „nc+”, przedstawionej konsumentowi. Nowe oferty promocyjne przewidują przekształcenie umowy w umowę na czas oznaczony 18 miesięcy: *W ramach i na warunkach niniejszej Promocji, dnia 1 maja 2013 r. Umowa przekształca się w Umowę na czas oznaczony 18 miesięcy. Bieg czasu oznaczonego rozpoczyna się dnia 1 maja 2013 r.* /postanowienie I.4 Warunków Promocji: All Inclusive+ (21), CANAL+ Platinum + HBO (22), CANAL+ Platinum + HBO (21), CANAL+ Gold + HBO (21), CANAL+ Platinum (23), CANAL+ Gold (21), CANAL+ Silver (23), CANAL+ Silver (22), CANAL+ Silver (21), Comfort+ (21), CANAL+ Platinum + HBO (22)/. Ponadto. ww. warunki ofert promocyjnych przewidywały obowiązek zapłaty kary umownej w wysokości udzielonych abonentowi ulg, pomniejszonych o proporcjonalną wartość ulg za okres świadczenia usług od dnia rozpoczęcia korzystania z usług na podstawie warunków promocji do dnia dezaktywacji usług, w sytuacji przedterminowego rozwiązania umowy przez abonenta lub przez Spółkę z przyczyn leżących po stronie abonenta (postanowienia rozdziału II „Warunki promocji” ww. warunków) .

Pisma Spółki skierowane zostały do tych abonentów Spółki, którzy korzystali z oferty programowej obejmującej kanały nPremium. Spośród łącznej liczby ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] takich abonentów, ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] miało zawarte umowy na czas nieoznaczony, a pozostali, tj. ok. [tajemnica przedsiębiorstwa] – umowy na czas oznaczony.

Wysyłka ww. pism do abonentów miała miejsce w dniu 25 marca 2013 r. drogą pocztową, przesyłką zwykłą. Zgodnie z ustaleniami pomiędzy Spółką a Poczta Polska S.A., przedmiotowe pisma miały zostać doręczone adresatom w terminie do czterech dni roboczych od dnia ich nadania („przesyłka handlowa D+4”).

Przyporządkowując poszczególnym abonentom, korzystającym z oferty „n”, do których kierowana była zmiana warunków wzorca umowy (tj. abonentom „n”, którzy korzystali z oferty programowej obejmującej kanały nPremium), pakiety z oferty „nc+”, Spółka brała pod uwagę następujące dwa główne czynniki:

[tajemnica przedsiębiorstwa]

Dokonując jednostronnej zmiany warunków umowy, pakiety programowe z oferty „n” zostały przyporządkowane przez Spółkę do pakietów programowych z oferty „nc+” w następujący sposób:

[tajemnica przedsiębiorstwa]

Ceny i zawartości programowe poszczególnych pakietów, według daty na dzień 10 kwietnia 2013 r., przedstawiały się następująco:

Pakiety „n”: Start HD (54 kanały) – 39 zł, Komfort HD (59 kanałów) – 49 zł, Świat HD (91 kanałów) – 59 zł, Film HD (95 kanałów) – 69 zł, Extra HD (95 kanałów) – 79 zł, Full HD (98 kanałów) – 99 zł, All Inclusive (105 kanałów) – 159 zł

Pakiety „nc+”: COMFORT+ (70 kanałów) - 39 zł, UNIVERSE+ (108 kanałów) - 59 zł, zł, CANAL+ SILVER (110 kanałów) – 79 zł, CANAL+ GOLD (112 kanałów) – 99 zł, CANAL+ GOLD + HBO (115 kanałów) – 129 zł, CANAL+ PLATIUNIUM + HBO (117 kanałów) – 149 zł, ALL INCLUSIVE (130 kanałów) – 199 zł.

Tytułem przykładu można wskazać, że konsumentowi korzystającemu dotychczas z pakietu [tajemnica przedsiębiorstwa] czy pakietu [tajemnica przedsiębiorstwa], mógł zostać zaproponowany pakiet [tajemnica przedsiębiorstwa]. Należy ponadto wskazać, że zawartość zaproponowanych przez ITI pakietów programowych „nc+” , mimo, że mogła zawierać większą liczbę kanałów, nie pokrywała się w pełni z dotychczas posiadanymi przez abonentów pakietami programowymi „n” i dostępnymi w nich kanałami.

Zestawienie wszystkich kanałów zawartych w pakietach „n” oraz w pakietach „nc+”, wraz z cenami poszczególnych pakietów stanowi załącznik nr 2 do pisma Spółki z dnia 10 kwietnia 2013 r.

Decyzja Spółki o zmianie warunków umów była przedmiotem posiedzenia Komitetu Sterującego, które odbyło się w dniu 7 marca 2013 r. Ostateczna akceptacja pism informujących abonentów o zmianie warunków umów oraz potwierdzenie, że pisma te mogą zostać przekazane do druku, miały miejsce w dniu 8 marca 2013 r. Dodatkowo, tego samego dnia Spółka ostatecznie poleciła drukarni nadanie pism w dniu 25 marca 2013 r.

W stosowanym przez Spółkę Regulaminie świadczenia usług, obowiązującym od 1 kwietnia 2011 r., dalej „Regulamin”, znajdują się następujące postanowienia:

- *Umowa może być zawarta na czas określony w Umowie, Szczegółowych Warunkach, Warunkach Promocji.* (postanowienie III.8 Regulaminu)
- *Jeżeli w okresie, na który została zawarta Umowa, ITI Neovision podwyższy ceny świadczonych przez siebie usług, z których Abonent korzystał, bądź też dokona zmiany Regulaminu, Abonent ma prawo rozwiązać Umowę składając ITI Neovision pisemne oświadczenie o rozwiązaniu Umowy z powodu braku akceptacji zmian Regulaminu lub cen, w terminie wskazanym w komunikacie o podwyższeniu cen lub zmianie Regulaminu doręczonym Abonentowi, skutkujące na koniec Okresu rozliczeniowego, w którym Abonent złożył oświadczenie. Brak pisemnego oświadczenia Abonenta we wskazanym terminie oznacza akceptację zmian i kontynuowanie Umowy.* (postanowienie pkt XII.15 Regulaminu)
- *Informacja o zmianach Regulaminu zostanie doręczona Abonentowi w wyprzedzeniu, co najmniej jednego okresu rozliczeniowego przed terminem wprowadzenia zmian w życie.* (postanowienie pkt XIV.1 Regulaminu)
- *Każda ze stron może rozwiązać Umowę bez podania przyczyn z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego. Bieg terminu wypowiedzenia rozpoczyna się w pierwszym dniu Okresu rozliczeniowego następującego po dniu złożenia wypowiedzenia. Wypowiedzenia, należy dokonać pisemnie listem poleconym lub poprzez osobiste doręczenie drugiej stronie Umowy. Abonent ma obowiązek niezwłocznego zwrotu (z zastrzeżeniem, iż nie może nastąpić to później niż w terminie 14 dni od daty rozwiązania umowy) na rzecz ITI Neovision udostępnionego Sprzętu.* (postanowienie pkt XII.4 Regulaminu)
- *Pakiet – grupa programów telewizyjnych / usług, określonych w Szczegółowych Warunkach, Warunkach Promocji, Cenniku, Cennikach Promocji.* (postanowienie pkt II.22 Regulaminu)
- *ITI Neovision świadczy usługi udostępniania kodowanych programów telewizyjnych i radiowych objętych Pakietami, Opcjami Dodatkowymi oraz inne usługi (w szczególności Usługi Dodatkowe).* (postanowienie V.1 Regulaminu)

- ITI Neovision zastrzega sobie możliwość wprowadzenia zmiany liczby i rodzaju programów wchodzących w skład Pakietu, Opcji Dodatkowej z ważnych przyczyn prawnych, ekonomicznych, technicznych lub organizacyjnych, niezależnych od ITI Neovision. Za ważne przyczyny, uznaje się w szczególności: utratę uprawnień do rozprowadzania, nadawania programu przez ITI Neovision, zaprzestanie nadawania programu przez nadawcę, zmianę satelity, niski poziom oglądalności programów, niedostateczną jakość techniczną programu uniemożliwiającą jego prawidłowe udostępnianie przez ITI Neovision, jak również zobowiązanie do określonych działań w związku z decyzją właściwego organu władzy publicznej lub administracyjnej lub orzeczeniem sądu. (postanowienie V.7 Regulaminu)

- W przypadku zmiany przez ITI Neovision liczby i rodzaju programów wchodzących w skład Pakietu, Opcji Dodatkowej z przyczyn określonych w ust. 7 niniejszego Rozdziału, ITI Neovision poinformuje Abonentów o zakresie zmian z co najmniej 14 – dniowym wyprzedzeniem. W przypadku zaistnienia okoliczności opisanych w zdaniu poprzedzającym, Abonentowi przysługuje, w ciągu 14 dni od dokonania zmian, prawo do rozwiązania Umowy bez zachowania okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na koniec miesiąca, w którym przyjęto pisemne oświadczenie Abonenta o rozwiązaniu Umowy bez zachowania okresu wypowiedzenia. (postanowienie V.8 Regulaminu)

Ponadto, Spółka może rozwiązać umowę w każdym czasie ze skutkiem natychmiastowym w razie cofnięcia lub ograniczenia koncesji, zezwolenia na prowadzenie działalności (postanowienie pkt XII.8 Regulaminu) oraz jeżeli abonent wykorzystuje usługi świadczone przez Spółkę, jak również sprzęt, do celów niezgodnych z prawem, postanowieniami umowy, regulaminu, cennika, cenników promocyjnych, szczegółowych warunków, warunków promocji oraz w przypadku kopiowania programów, używania sprzętu niezgodnie z przeznaczeniem, wykorzystywania sprzętu innego abonenta, zakłócania działania sprzętu bądź świadczenia usług (postanowienie pkt XII.14 Regulaminu).

Zgodnie ze stosowanymi przez Spółkę warunkami ofert promocyjnych, np. Warunki promocji „Świat HD Recorder 24m” (załącznik nr 4 do pisma Spółki z dnia 9 kwietnia 2013 r.): *W nieuregulowanych niniejszymi Warunkami Promocji kwestiach zastosowanie będą miały postanowienia Regulaminu, Umowy, Cennika, Cennika Szczegółowych Warunków, Szczegółowych Warunków korzystania z Usługi „kolekcje VOD”, Szczegółowych Warunków korzystania z Usługi „premiery VOD”, Szczegółowych warunków świadczenia Opcji dodatkowej Premium, Szczegółowych Warunków świadczenia usług Aktywacja Turbo/Oprogramowanie Turbo.*

Zgodnie ze wzorem umowy o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej (załącznik nr 4 do pisma Spółki z dnia 9 kwietnia 2013 r.), znajduje się w nim informacja o wybranym pakiecie programowym oraz o okresie, na jaki umowa została zawarta. Z wyborem określonego pakietu programowego związana jest wysokość zobowiązania konsumenta (opłata abonamentowa), którą określa Cennik świadczenia usług przez ITI obowiązujący od dnia 1 kwietnia 2011 r. (załącznik nr 4 do pisma Spółki z dnia 9 kwietnia 2013 r.).

Stosowane przez Spółkę wzorce umowy dotyczące oferty „n” nie zawierały klauzul modyfikacyjnych uprawniających ITI do dokonania jednostronnej zmiany umowy w zakresie pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta.

Prezes Urzędu zważył, co następuje

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie naruszony został interes publiczny, co ma miejsce w szczególności wtedy, gdy określonymi działaniami dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska (wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 24 października 1991 r., sygn. akt XVII Amr 8/90). Stwierdzenie naruszenia interesu publicznego pozwala na realizację celu tej ustawy, którym jest m.in. ochrona interesów konsumentów (art. 1 ust. 1 uokik). W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw konsumentów – abonentów ITI, narażonych na skutki nieuczciwych praktyk rynkowych stosowanych przez Spółkę. Interes publiczny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. W tym stanie rzeczy uznać należy, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez ITI interesu publicznego, co uzasadnia ocenę zachowania Spółki na rynku w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ocena działań ITI Neovision sp. z o.o. w aspekcie zarzutu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (pkt I sentencji decyzji)

Przepis art. 24 ust. 2 uokik stanowi, iż przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Konsumentem w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową [art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 ze zm.; dalej: „kc”) w zw. z art. 4 pkt 12 uokik]. Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed wymierzonymi w nie działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem. W związku z powyższym, dla uznania działania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, iż spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

- oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
- zachowanie przedsiębiorcy nosi znamiona bezprawności;
- zachowanie to godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik, pod pojęciem „przedsiębiorcy” należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn. Dz. U. z 2010 r. Nr 220, poz. 1441 ze zm.), tj. osobę

fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą (art. 4 ust. 1 ww. ustawy). „Działalnością gospodarczą” jest zgodnie z przepisem art. 2 ww. ustawy, zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

ITI Neovision sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest spółką prawa handlowego wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000191377, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą m.in. na świadczeniu usług rozprowadzania kodowanych programów telewizyjnych transmitowanych drogą satelitarną na obszarze całego kraju. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym, Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Bezprawność działania

Bezprawność ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Porządek prawny obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów. Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy.

W celu uznania praktyk stosowanych przez Spółkę za naruszające zbiorowe interesy konsumentów należy zatem wykazać, że działania podejmowane przez ITI, wskazane w punkcie I sentencji niniejszej decyzji, są sprzeczne z prawem.

Jako zachowania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, ustawodawca wskazuje w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik). Oznacza to, że jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, która jednocześnie narusza zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu było rozważenie, czy w ustalonym stanie faktycznym Spółka stosowała nieuczciwe praktyki rynkowe, a następnie czy przedmiotowe praktyki godziły w zbiorowe interesy konsumentów.

Praktyka rynkowa

Zgodnie z art. 2 pkt 4 upnpr, przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

W ocenie Prezesa Urzędu, praktyki ITI polegające na:

- informowaniu konsumentów będących abonentami ITI w ramach oferty „n” o jednostronnej zmianie, z dniem 1 maja 2013 r., warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, w sytuacji braku złożenia przez konsumenta do dnia 19 kwietnia 2013 r. oświadczenia woli o rozwiązaniu umowy w razie braku akceptacji nowych warunków, oraz

- sposobie poinformowania konsumentów będących abonentami ITI w ramach oferty „n” o zmianie, z dniem 1 maja 2013 r., warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, w pismach wysłanych w dniu 25 marca 2013 r., w których informacja o zmianie warunków umowy oraz o możliwości i terminie wypowiedzenia umowy znajdowała się na drugiej stronie pisma i nie była w żaden sposób wyszczególniona (uwypuklona), natomiast na pierwszej stronie pisma znajdowała się informacja o nowej ofercie programowej „nc+”, z określeniem zbyt krótkiego terminu, tj. do dnia 19 kwietnia 2013 r., na złożenie przez konsumenta oświadczenia woli o rozwiązaniu umowy w razie braku akceptacji nowych warunków,

jako polegające na działaniu (sposobie postępowania) Spółki, związanym z promocją oferty „nc+” lub skorzystaniem przez konsumenta z nowych warunków umowy w ramach oferty „nc+” stanowią praktykę rynkową w rozumieniu art. 2 pkt 4 upnpr.

Model przeciętnego konsumenta

Zgodnie z art. 4 ust. 1 upnpr, stosowana przez przedsiębiorcę praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po zawarciu. Aby dokonać oceny, czy działania ITI, wskazane w pkt I sentencji decyzji, w istotny sposób zniekształciły lub mogły zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy, konieczne jest ustalenie w przedmiotowej sprawie modelu przeciętnego konsumenta. To w odniesieniu bowiem do przeciętnego konsumenta dokonywana jest ocena zniekształcenia jego zachowania rynkowego przez praktykę rynkową przedsiębiorcy.

Zgodnie z art. 2 pkt 8 upnpr, przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonać się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna czy umysłowa.

W ocenie Prezesa Urzędu, abonenci Spółki, do których ITI skierowała pismo informujące o dokonaniu przez Spółkę zmiany warunków umowy, nie odznaczają się cechami szczególnymi w rozumieniu art. 2 pkt 8 upnpr. Brak w związku z tym podstaw do formułowania, w świetle kwestionowanej praktyki, szczególnej grupy konsumentów, których owa praktyka mogła dotyczyć.

Przeciętnego konsumenta należy natomiast rozumieć jako dostatecznie dobrze (przeciętnie) rozważnego i zorientowanego, mającego prawo do uzyskiwania od przedsiębiorcy rzetelnych informacji dotyczących np. stosunku zobowiązaniowego (umowy) łączącego go z przedsiębiorcą, przekazywanych w sposób nie wprowadzający w błąd.

Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech konsumenta (jego „przeciętność”), polegającą na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna oraz że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć.

W niniejszej sprawie przeciętny konsument – abonent ITI, miał prawo do otrzymania od Spółki, w świetle łączącej go z ITI umowy o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, propozycji zmiany umowy w zakresie pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, w formie oferty, która mogła zostać przez konsumenta przyjęta albo odrzucona, zaś w przypadku przyjęcia – powinno dojść do zawarcia aneksu do umowy. Przeciętny konsument miał również prawo do uzyskania od ITI rzetelnej informacji o zmianie warunków umowy, przekazanej w sposób niewprowadzający w błąd. W wyniku przekazania konsumentom przez ITI informacji w piśmie wysłanym w dniu 25 marca 2013 r. o dokonaniu zmiany warunków umowy, nawet ostrożny i uważny konsument, przy dochowaniu wymaganej od niego staranności, po pierwsze, mógł zostać wprowadzony w błąd w zakresie posiadania przez Spółkę uprawnienia do dokonania jednostronnej zmiany umowy łączącej go z konsumentem w zakresie wzorców umowy, ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, po drugie, nie mógł się spodziewać i nie musiał się spodziewać, że informacja o zmianie warunków umowy zostanie zamieszczona w korespondencji, która skupiała uwagę przede wszystkim na aspekt wprowadzenia przez Spółkę nowej oferty programowej (oferta „nc+”) i w której informacja o zmianie warunków umowy nie była w żaden sposób wyszczególniona (uwypuklona). Od przeciętnego konsumenta można było wymagać znajomości umowy w zakresie określonego w niej uprawnienia ITI do dokonania jednostronnej zmiany wzorców umowy (regulaminu, cennika). Niemniej jednak, posiadana przez konsumenta wiedza dotycząca zawartych we wzorcach umowy klauzul modyfikacyjnych, nie mogła być dla niego wystarczająca w zakresie możliwości oceny zasadności i konsekwencji otrzymanej od ITI korespondencji dotyczącej jednostronnej zmiany ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta. W rezultacie, po zetknięciu się z zastosowanymi przez ITI praktykami rynkowymi, zachowanie przeciętnego konsumenta mogło ulec zniekształceniu.

Następnie, po ustaleniu w niniejszej sprawie modelu przeciętnego konsumenta, należy dokonać oceny czy działania ITI, wskazane w pkt I sentencji decyzji, stanowiły nieuczciwe praktyki rynkowe w rozumieniu art. 4 ust. 1 upnpr. Konieczne jest zatem rozważenie przez Prezesa Urzędu, czy przedmiotowe działania ITI:

- były sprzeczne z dobrymi obyczajami;
- w istotny sposób zniekształciły lub mogły zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy, tj. czy praktyka Spółki mogła spowodować podjęcie bądź brak podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji o wypowiedzeniu bądź braku

wypowiedzenia umowy w związku z poinformowaniem konsumentów przez ITI o dokonanej zmianie warunków umowy.

Dobre obyczaje pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny *sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (...) czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania.*¹

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

Zarzut stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej przez działanie ITI wskazane w pkt I.1 sentencji decyzji

Praktyka rynkowa Spółki polegająca na informowaniu konsumentów będących abonentami ITI w ramach oferty „n” o jednostronnej zmianie, z dniem 1 maja 2013 r., warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, w sytuacji braku złożenia przez konsumenta do dnia 19 kwietnia 2013 r. oświadczenia woli o rozwiązaniu umowy w razie braku akceptacji nowych warunków, jest – w świetle zawartych przez ITI z abonentami umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej – sprzeczna z dobrymi obyczajami.

Jak ustalił Prezes Urzędu, we wzorcach umowy stosowanych przez ITI znajdują się następujące klauzule modyfikacyjne.

Zgodnie z postanowieniem pkt XII.15 Regulaminu, Jeżeli w okresie, na który została zawarta Umowa, ITI Neovision podwyższy ceny świadczonych przez siebie usług, z których Abonent korzystał, bądź też dokona zmiany Regulaminu, Abonent ma prawo rozwiązać Umowę składając ITI Neovision pisemne oświadczenie o rozwiązaniu Umowy z powodu braku akceptacji zmian Regulaminu lub cen, w terminie wskazanym w komunikacie o podwyższeniu cen lub zmianie Regulaminu doręczonym Abonentowi, skutkujące na koniec Okresu rozliczeniowego, w którym Abonent złożył oświadczenie. Brak pisemnego oświadczenia Abonenta we wskazanym terminie oznacza akceptację zmian i kontynuowanie Umowy.

Zgodnie z postanowieniem pkt XIV.1 Regulaminu, Informacja o zmianach Regulaminu zostanie doręczona Abonentowi w wyprzedzeniu, co najmniej jednego okresu rozliczeniowego przed terminem wprowadzenia zmian w życie.

Zgodnie ze stosowanymi przez Spółkę warunkami ofert promocyjnych, np. Warunki promocji „Świat HD Recorder 24m” (załącznik nr 4 do pisma Spółki z dnia 9 kwietnia 2013 r.), W nieuregulowanych niniejszymi Warunkami Promocji kwestiach zastosowanie będą miały postanowienia Regulaminu, Umowy, Cennika, Cennika Szczegółowych Warunków, Szczegółowych Warunków korzystania z Usługi „kolekcje VOD”, Szczegółowych Warunków

¹ K. Pietrzykowski red., Kodeks cywilny. Komentarz, Warszawa 2002 r., s. 804

korzystania z Usługi „premiery VOD”, Szczegółowych warunków świadczenia Opcji dodatkowej Premium, Szczegółowych Warunków świadczenia usług Aktywacja Turbo/Oprogramowanie Turbo.

Kodeks cywilny dopuszcza w art. 384¹ możliwość wydania przez proponenta w czasie trwania stosunku umownego o charakterze ciągłym nowego wzorca lub zmiany stosowanego wzorca. Przedmiotowy przepis odnosi się zatem zarówno do nowych wzorców, jak i do wzorców modyfikowanych. Nowy (zmieniony) wzorec będzie wiązać adherenta, jeśli proponent dopełni przesłanek inkorporacji wzorca określonych w art. 384 kc oraz jeśli adherent nie skorzysta z uprawnienia do wypowiedzenia umowy.

Stosunkami obligacyjnymi o charakterze ciągłym (trwałym) są takie zobowiązania, w których czynnik czasu odgrywa istotną rolę ze względu na to, że jest współwyznacznikiem rozmiaru świadczeń (obu stron) lub świadczenia (jednej ze stron).

Jednostronna zmiana przez ITI warunków umów w zakresie ceny usługi

W doktrynie i orzecznictwie zgodnie przyjmuje się, że ograniczenie swobodnego modyfikowania przez proponentów treści wzorców stanowi wymóg zamieszczania w umowie klauzul modyfikacyjnych. Uznaje się przy tym, że klauzula modyfikacyjna powinna uzasadniać zarówno wydanie nowego wzorca, jak i zmianę dotychczasowego.² Klauzula modyfikacyjna może być zamieszczona w umowie (zwłaszcza w przypadku zawarcia tej umowy bez użycia wzorca) lub we wzorcu (gdy dotyczy umowy zawartej w reżimie prawnym wzorca).

Dalsza analiza poglądów doktryny i doktryna prowadzi jednak do wniosku, który podziela Prezes Urzędu, że cyt. za M. Bednarek: *Nie każda jednak klauzula modyfikacyjna będzie mogła pełnić rolę podstawy do wydania nowego wzorca lub wprowadzenia zmian do dotychczasowego. Proponent nie powinien być uprawniony do wprowadzania nowych regulaminów (wzorców umowy) lub dokonywania zmian w istniejących regulaminach (wzorcach umowy) w dowolnym czasie i w dowolnym zakresie. U podstaw wprowadzenia modyfikacji do zawiązanych już stosunków prawnych muszą leżeć usprawiedliwione powody, które co do zasady powinny być uprzednio znane adherentom. Wydanie nowego lub zmienionego regulaminu (wzorca umowy) nie może być zaskakujące dla adherenta. Dlatego też klauzulom modyfikacyjnym stawia się w orzecznictwie i piśmiennictwie następujące wymagania:*

- 1) klauzula modyfikacyjna nie może uprawniać do takich zmian, które prowadziłyby do naruszenia istoty umowy (art. 353¹ kc);*
- 2) klauzula modyfikacyjna nie może uprawniać do takich zmian, które dotyczyłyby istotnych elementów umowy;*

² Tak M. Bednarek, *Wzorce umów w prawie polskim*, Warszawa 2005, str. 91 i cyt. tam poglądy doktryny i judykatury, m.in.: K. Zagrobelny, w: *Komentarz KC* (pod red. E. Gniewka), t. I, s. 903; J. Gołaczyński, *Wzorce i niedozwolone klauzule umowne*, s. 102; Łętowska, *Prawo umów* 2002, s. 324; M. Olczyk, *Zmiana treści umowy*, cz. I, s. 82 oraz Sąd Najwyższy, zob. uchw. SN (7) z 22.5.1991 r., III CZP 15/91; uchw. SN (7) z 6.3.1992 r., III CZP 141/91; wyr. SN z 18.12.2002 r., IV CKN 1616/00; uchw. SN z 26.11.1991 r., III CZP 121/91.

3) klauzula modyfikacyjna nie może mieć blankietowego charakteru, a zatem powinna wskazywać sytuacje faktyczne, w których może dojść do jednostronnej zmiany stosunku prawnego, oraz kryteria takich zmian po to, by można było ocenić, czy zaistniały przyczyny uzasadniające wydanie nowego wzorca lub dokonanie zmian w już istniejącym i czy poziom reakcji proponenta był usprawiedliwiony w stosunku do rzeczywiście zaistniałych przyczyn.³

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. postanowienia pkt XII.15 i pkt XIV.1 Regulaminu nie spełniają wskazanych wyżej warunków. Uprawniają one bowiem Spółkę do jednostronnej zmiany istotnego elementu umowy, jakim jest cena, co dotyczy zarówno umów zawartych na czas oznaczony, jak i na czas nieoznaczony. Ponadto, mają blankietowy charakter, a zatem nie wskazują sytuacji faktycznych, w których może dojść do jednostronnej zmiany stosunku prawnego (poprzez podwyższenie ceny lub zmianę regulaminu) oraz kryteriów takich zmian, co uniemożliwia ocenę, czy zaistniały przyczyny uzasadniające wydanie nowego wzorca lub dokonanie zmian w już istniejącym i czy poziom reakcji proponenta był usprawiedliwiony w stosunku do rzeczywiście zaistniałych powodów.

Wobec powyższego, zawarta w umowie klauzula modyfikacyjna dotycząca zmiany ceny usługi narusza dobre obyczaje, a w konsekwencji nie może stanowić podstawy do podwyższenia przez ITI ceny usługi i kształtowania w tym zakresie sytuacji konsumenta. Tym samym informowanie konsumenta o dokonanej zmianie warunków umowy, do której Spółka nie była uprawniona, wprowadzało konsumenta w błąd i mogło zniekształcić jego zachowanie rynkowe.

Jednostronna zmiana przez ITI warunków umów w zakresie pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta

W świetle dokonanych przez Prezesa Urzędu ustaleń stanu faktycznego sprawy, w stosowanych przez ITI wzorcach umowy brak było klauzul modyfikacyjnych uprawniających ITI do dokonania jednostronnej zmiany umowy w zakresie pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta. Zmiana warunków umów w tym zakresie wymaga, w ocenie Prezesa Urzędu, złożenia przez strony umowy zgodnych oświadczeń woli. Informacja o wybranym pakiecie programowym oraz o okresie, na jaki umowa została zawarta, znajduje się bowiem w umowie o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej. Umowa pomiędzy konsumentem i Spółką jest zawierana w formie pisemnej, tj. poprzez złożenie własnoręcznego podpisu na dokumencie obejmującym treść oświadczenia woli (art. 78 § 1 kc). Zgodnie z art. 77 § 1 kc, uzupełnienie lub zmiana umowy wymaga zachowania takiej formy, jaką ustawa lub strony przewidziały w celu jej zawarcia. Innymi słowy, nie było możliwe dokonanie przez Spółkę warunków umowy w ww. zakresie w trybie określonym w art. 384¹ kc.

³ Tak M. Bednarek, *Wzorce umów w prawie polskim*, Warszawa 2005, str. 92 - 93 i cyt. tam poglądy doktryny i judykatury, m.in.: E. Łętowska, *Prawo umów* 2002, s. 324; W. Pyziół, *Umowa rachunku bankowego*, s. 31 i n.; zob. też uchw. SN (7) z 6.3.1992 r., III CZP 141/91; uchw. SN z 26.11.1991 r., III CZP 121/91; uchw. SN (7) z 22.5.1991 r., III CZP 15/91; uchw. SN z 19.5.1992 r., III CZP 50/92; wyr. SN z 5.4.2002 r., II CKN 933/99. Na temat wymagań stawianych klauzulom modyfikacyjnym zob. również D. Rogoń, w: *Prawo bankowe. Komentarz*, t. I, Komentarz do art. 1–92 (pod red. F. Zolla), Kraków 2005, s. 444.

Mając na uwadze powyższe, dokonana przez ITI jednostronna zmiana warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, naruszała istotę zawartych przez Spółkę z konsumentami ww. umów, jaką jest świadczenie dostępu do usługi w ramach określonego w umowie pakietu programowego, po określonej w umowie cenie oraz przez czas oznaczony w umowie. Ponadto, przedmiotowa jednostronna zmiana warunków umów dotyczyła istotnych elementów umowy, tj. pakietu programowego, ceny usługi oraz okresu na jaki umowa została zawarta.

W konsekwencji poinformowanie przez ITI konsumentów będących abonentami Spółki w ramach oferty „n” o jednostronnej zmianie warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, podczas gdy zawarte we wzorcach umowy klauzule modyfikacyjne nie dawały Spółce uprawnienia do dokonania ww. zmian, naruszało dobre obyczaje poprzez wprowadzenie konsumenta w błąd co do uprawnień dotyczących zmiany warunków umowy przysługujących ITI, naruszenie zasady lojalnego zachowania kontrahenta względem konsumenta, zasady *pacta sunt servanda* oraz zasady dobrej wiary i uczciwości w wykonaniu zobowiązania.

Przez wskazaną wyżej praktykę rynkową ITI, konsumenci zostali wprowadzeni w błąd w zakresie posiadania przez Spółkę uprawnienia do dokonania jednostronnej zmiany umowy łączącej go z konsumentem w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta.

Niezależnie od dokonanej powyżej oceny zawartych w umowie klauzul modyfikacyjnych, które nie uprawniały ITI do zmiany warunków umów w ww. zakresie, działaniem naruszającym dobre obyczaje była jednostronna zmiana przez Spółkę warunków umów zawartych na czas oznaczony. Konsument, zawierając umowę na czas oznaczony, ma prawo do realizacji umowy na niezmiennych warunkach do końca ustalonego przez strony czasu trwania umowy. Jednostronna zmiana przez Spółkę warunków umowy zawartej na czas oznaczony narusza dobre obyczaje, gdyż uzależniona jest wyłącznie od woli przedsiębiorcy, a jedynym zachowaniem po stronie konsumenta może być tylko akceptacja lub jej brak dla wprowadzanych zmian. Konsument nie dysponuje bowiem żadnymi instrumentami w celu obrony swojego prawa do realizacji ustalonych warunków umowy, które zostały przez strony umowy zaakceptowane i które powinny obowiązywać do końca ustalonego czasu trwania umowy.

Nadmienić również należy, że niezbędnym warunkiem odbioru przez konsumenta usług telewizji satelitarnej jest zainstalowanie odpowiedniego sprzętu, tj. dekodera i anteny satelitarnej, co wiąże się z poniesieniem przez konsumenta dodatkowych kosztów przy zawarciu umowy. Nadto, konsument obowiązany jest z reguły do uiszczenia opłaty aktywacyjnej, w przypadku Spółki w kwocie 99,00 zł (dekoder nbox HDTV), 449,00 zł (dekoder nbox HDTV recorder), 60,00 zł (zestaw antenowy dekodek nbox HDTV), 90,00 zł (zestaw antenowy dekodek nbox HDTV recorder), 120,00 zł (zestaw antenowy multiroom). Wskazane koszty stanowią inwestycję konsumenta, której zwrotu nie może oczekiwać w sytuacji rozwiązania umowy.

Możliwość zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy polega w przedmiotowej sprawie na podjęciu przez konsumenta, błędnie przekonanego o uprawnieniu Spółki do dokonania jednostronnej zmiany warunków umowy, decyzji polegającej np. na rozwiązaniu umowy, podczas gdy w innych okolicznościach konsument mógłby korzystać z usług w ramach dotychczasowej umowy.

Zarzut stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej przez działanie ITI wskazane w pkt I.2 sentencji decyzji

Niezależnie od treści przekazanego konsumentom pisma, która wprowadzała ich w błąd co do uprawnień w zakresie zmiany warunków umowy przysługujących ITI (co zostało uznane za sprzeczne z dobrymi obyczajami i istotnie zniekształcające zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta działania ITI w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji), zastrzeżenia Prezesa Urzędu wzbudziła również forma i sposób przekazania konsumentom tej informacji. W związku z tym Prezes Urzędu uznał za sprzeczną z dobrymi obyczajami praktykę rynkową Spółki polegającą na sposobie poinformowania konsumentów będących abonentami ITI w ramach oferty „n” o zmianie, z dniem 1 maja 2013 r., warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, w pismach wysłanych w dniu 25 marca 2013 r., w których informacja o zmianie warunków umowy oraz o możliwości i terminie wypowiedzenia umowy znajdowała się na drugiej stronie pisma i nie była w żaden sposób wyszczególniona (uwypuklona), natomiast na pierwszej stronie pisma znajdowała się informacja o nowej ofercie programowej „nc+”, z określeniem zbyt krótkiego terminu, tj. do dnia 19 kwietnia 2013 r., na złożenie przez konsumenta oświadczenia woli o rozwiązaniu umowy w razie braku akceptacji nowych warunków.

W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy odnosić do zapewnienia konsumentowi rzetelnej, jednoznacznej i niewprowadzającej w błąd informacji dotyczącej dokonywanej przez przedsiębiorcę zmiany warunków umów. Naruszenie dobrych obyczajów miało miejsce w wyniku przekazania konsumentom informacji o zmianie warunków umów w sposób, którego nie mógł spodziewać się nawet uważny i ostrożny konsument, przy dochowaniu wymaganej od niego staranności, a od którego bezpośrednio zależały dalsze uprawnienia i obowiązki konsumenta. Nierzetelne i wprowadzające w błąd jest bowiem przekazanie informacji o zmianie warunków umowy na drugiej stronie wydrukowanego dwustronnie pisma ITI, którego pierwsza strona dotyczy prezentacji nowej oferty programowej Spółki, tj. oferty „nc+”. Ponadto, informacja o zmianie warunków umowy nie była w żaden sposób wyszczególniona (uwypuklona), w postaci tytułu lub komunikatu zamieszczonego na kopercie lub na pierwszej stronie pisma, zwracającego uwagę konsumenta na zawartość skierowanej do niego korespondencji oraz informację o zmianie warunków umowy (oraz związane z tym uprawnienia konsumenta) zamieszczoną na drugiej stronie pisma.

Należy ponadto zauważyć, że art. 384¹ kc zakłada nie tylko formalne powiadomienie konsumenta o planowanych zmianach wzorca umowy, ale także stworzenie realnej możliwości zapoznania się przez drugą stronę ze zmienioną treścią wzorca.⁴ Doręczenie wzorca nie jest bowiem automatycznie „stworzeniem możliwości łatwego zapoznania się z jego treścią”. Jakkolwiek potoczne znaczenia „doręczenia” i „zapoznania” pozostają w

⁴ W. Popiołek w: *Kodeks cywilny tom I, Komentarz pod red. K. Pietrzykowskiego*, Warszawa 2002, s. 791

stosunku krzyżowania, to jednak prawnie skuteczne doręczenie nie jest możliwe, nawet gdy nastąpiło faktyczne doręczenie, lecz nie istnieje jednocześnie możliwość łatwego zapoznania się z doręczanym wzorcem.⁵ W związku z tym, doręczenie konsumentowi zmienionych warunków umowy powinno następować w wyodrębnionej i czytelnej formie pozwalającej konsumentowi na zapoznanie się w normalnym toku rzeczy z informacją o fakcie dokonanej przez przedsiębiorcę zmiany wzorców umowy. Adresowany do konsumentów komunikat przedsiębiorcy dotyczący zmiany wzorców umowy powinien zatem mieć na tyle wyodrębnioną formę oraz jasną i zrozumiałą treść, aby konsument nie miał wątpliwości, iż dotyczy zmiany obowiązujących warunków.

Ponadto, Spółka określiła w ww. piśmie termin do dnia 19 kwietnia 2013 r. na złożenie przez konsumenta oświadczenia woli o rozwiązaniu umowy w razie braku akceptacji nowych warunków. Tak określony termin narusza dobre obyczaje, gdyż jest terminem zbyt krótkim, zwłaszcza w kontekście nadania pisma przez Spółkę przesyłką zwykłą oraz konieczności zapewnienia konsumentowi odpowiedniego terminu na podjęcie decyzji dotyczącej umowy. Nie można bowiem zgodzić się z argumentacją Spółki, jakoby konsument miał co najmniej 21 dni na złożenie oświadczeń o rozwiązaniu umowy z ITI (pismo Spółki z dnia 9 kwietnia 2013 r.). Zgodnie z ustaleniami między ITI a Poczta Polska S.A., pisma miały zostać dostarczone adresatom w terminie czterech dni roboczych od dnia ich nadania. Nie przekonuje to jednak, że każdy z konsumentów – adresatów pisma otrzymał je najpóźniej w dniu 29 marca 2013 r. Pisma nie zostały nadane przesyłką poleconą i moment ich doręczenia, a nawet sam fakt tego doręczenia, nie może zostać ustalony. Nadto, Spółka wyznaczyła konsumentom termin do dnia 19 kwietnia br. na złożenie oświadczenia o wypowiedzeniu umowy. Zgodnie z art. 61 kc, oświadczenie woli, które ma być złożone innej osobie, jest złożone z chwilą, gdy doszło do niej w taki sposób, że mogła zapoznać się z jego treścią. W opisywanym stanie faktycznym oznacza to, że oświadczenie woli konsumenta o wypowiedzeniu umowy powinno zostać doręczone Spółce najpóźniej w dniu 19 kwietnia br., a w związku z tym, w zależności od wykorzystanego przez konsumenta środka komunikacji (np. przesyłka pocztowa) powinno zostać skierowane do Spółki odpowiednio wcześniej. W ocenie Prezesa Urzędu, nie pozostaje bez znaczenia dla przedmiotowej sprawy, że w okresie przeprowadzonej przez ITI komunikacji z abonentami dotyczącej zmiany warunków umowy oraz w czasie umożliwiającym konsumentom wypowiedzenie umowy, przypadły Święta Wielkiej Nocy (zgodnie z twierdzeniem Spółki konsumenci powinni otrzymać przedmiotową korespondencję najpóźniej w dniu 29 marca br., a więc w Wielki Piątek). Oznacza to, po pierwsze, że czas konsumenta na rzetelne i rozważne zapoznanie się z nową ofertą był przez to ograniczony, pod drugie, że z uwagi na wzmożoną korespondencję pocztową w okresie przedświątecznym, wysłane przez Spółkę pisma dotyczące zmian umowy mogły zostać doręczone adresatom w terminie przekraczającym 4 dni robocze od daty nadania przesyłek pocztowych przez ITI.

Mając na uwadze powyższe, mogło dojść do istotnego zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy, które mogło polegać na braku zapoznania się przez konsumenta z istotnymi informacjami dotyczącymi jego uprawnień związanych ze zmianą warunków umowy, przekazanymi mu przez Spółkę, a w konsekwencji nieskorzystaniem przez konsumenta z tych uprawnień. Ponadto, zniekształcenie zachowania

⁵ E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2002, s. 314 - 315

rynkowego przeciętnego konsumenta mogło polegać na braku możliwości skorzystania przez konsumenta z ww. uprawnień na skutek upływu wyznaczonego, rażąco krótkiego terminu, lub na pochoptnym skorzystaniu przez konsumenta z ww. uprawnień, z uwagi na tak wyznaczony przez ITI termin, podczas gdy w innych okolicznościach konsument mógłby zachować się inaczej.

Ponadto, w konsekwencji dokonanego przekształcenia umowy na czas oznaczony, konsument może być narażony na znaczące konsekwencje finansowe wynikające z ewentualnego rozwiązania umowy przekształconej na czas oznaczony, polegające na obowiązku zapłaty kary umownej, stosownie do postanowień stosowanych przez Spółkę warunków ofert promocyjnych w ramach oferty „nc+”.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. W jednym z orzeczeń Sąd Najwyższy stwierdził, iż *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczbie potencjalnych konsumentów* (wyrok SN z dnia 12 września 2003 r., I CKN 504/01, LEX nr 132253).

Nie ulega wątpliwości, że działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Jak podnosi się w doktrynie, w pojęciu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mieści się także działanie przedsiębiorcy skierowane wprawdzie do oznaczonych (zindywidualizowanych), ale za to dostatecznie licznych konsumentów, o ile przy tym konsumentów tych łączy jakaś wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie – z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę – zbiorowością przypadkowych jednostek, lecz stanowiącą określoną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy.⁶ Należy zatem przyjąć, że zbiorowy interes konsumentów nie musi odnosić się do nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować, gdyż brak indywidualizacji nie sprzeciwia się możliwości wyodrębnienia kategorii bądź zbioru konsumentów o pewnych cechach. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćaby tylko

⁶ M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy 2004/17/791

potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów.

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z godzeniem w zbiorowe interesy konsumentów. Na praktykę Spółki mógł być narażony każdy konsument – abonent ITI Neovision, do którego zostało skierowane przez Spółkę pismo o zmianie warunków umowy. Prezes Urzędu podejmując rozstrzygnięcie w niniejszej sprawie nie opierał się zatem na indywidualnych przypadkach przedstawianych przez konsumentów, a wziął pod uwagę działania Spółki odnoszące się do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów – abonentów ITI. Bezprawne działanie Spółki nie dotyczyło bowiem interesów poszczególnych osób, których sprawy miały charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, lecz mieliśmy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami szerokiego kręgu usługobiorców, których sytuacja była identyczna i wspólna dla całej, licznej grupy kontrahentów ITI. W omawianym przypadku naruszenie przejawiało się w powiadomieniu konsumentów przez ITI o dokonaniu zmiany warunków umów, co mogło w istotny sposób zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta. Nieuczciwa praktyka rynkowa odnosiła się zatem do zbiorowości tych konsumentów, dla których skutek w ww. postaci był wspólny.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę, iż określenie stałego czy zamkniętego katalogu interesów konsumentów nie jest możliwe, ani też zasadne.⁷ Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów *stricto* ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego dokonywanych czynności na etapie przedkontraktowym oraz w czasie wykonywania umowy, czego przejawem może być m.in. prawo do uzyskania przez konsumenta od przedsiębiorcy rzetelnej informacji o zmianie warunków umowy, przekazanej w sposób nie wprowadzający w błąd. W tym też aspekcie w niniejszej sprawie nastąpiło naruszenie interesu gospodarczego konsumentów poprzez dopuszczenie się przez ITI stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych wskazanych w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji. Stosując nieuczciwe praktyki rynkowe Spółka dopuściła się naruszenia zasad rzetelności i uczciwości w trakcie wykonywania zawartych z konsumentami umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, w szczególności w zakresie sformułowania przez ITI w umowie klauzul modyfikacyjnych oraz ich przestrzegania, co w konsekwencji mogło mieć istotny wpływ na zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta.

Należy również wskazać na naruszenie interesu pozaekonomicznego konsumentów, przejawiającego się w narażeniu konsumentów na poświęcenie czasu i wysiłku ukierunkowanego na zrozumienie przez konsumenta informacji otrzymanej od Spółki oraz trafne i terminowe podjęcie decyzji w zakresie wypowiedzenia bądź niewypowiedzenia umowy ze Spółką. Nie można wykluczyć, że konsument, chcąc poznać więcej informacji na

⁷ M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy 2004/17/791

temat sytuacji, w jakiej się znalazł, musiał poświęcić dodatkową energię, a niejednokrotnie ponieść dodatkowe koszty celem ich zdobycia, np. poprzez kontakt z ITI czy innymi osobami lub instytucjami.

Ponadto, dokonane przez Spółkę podwyższenie cen usług oraz zmiana okresu na jaki umowa została zawarta (umowy na czas nieoznaczony lub oznaczony zostały przekształcone w umowy na czas oznaczony 18 miesięcy) miały istotne znaczenie z punktu widzenia ekonomicznych interesów konsumentów. Późniejsze wypowiedzenie przez konsumenta umowy przekształconej na czas oznaczony, mogło narażać konsumenta na znaczące konsekwencje finansowe polegające na obowiązku zapłaty kary umownej, stosownie do postanowień stosowanych przez Spółkę warunków ofert promocyjnych w ramach oferty „nc+”.

Stwierdzenie zaniechania stosowania przez ITI praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wskazanych w pkt I.1 i I.2 sentencji decyzji

Na podstawie art. 27 uokik, w przypadku zaniechania stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 uokik, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu przedmiotowej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jednocześnie stwierdzając zaniechanie jej stosowania.

ITI zaniechała stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Wysyłka pism informujących o zmianie warunków umowy miała miejsce w dniu 25 marca 2013 r. Zgodnie z art. 61 kc, oświadczenie woli, które ma być złożone innej osobie, jest złożone z chwilą, gdy doszło do niej w taki sposób, że mogła zapoznać się z jego treścią. Z uwagi na fakt, że pisma zostały wysłane do abonentów drogą pocztową, przesyłką zwykłą, nie jest możliwe precyzyjne określenie terminu ich doręczenia każdemu z konsumentów – abonentów Spółki. Prezes Urzędu za zasadne uznał więc przyjęcie za datę zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów dzień następujący po dacie 29 marca 2013 r., w której przynajmniej część abonentów ITI powinna otrzymać przesyłkę pocztową zawierającą informację o zmianie warunków umowy, uwzględniając przy tym okoliczność, że przedmiotowe przesyłki, zgodnie z ustaleniami pomiędzy Spółką a Poczta Polska S.A. miały zostać dostarczone adresatom w terminie do czterech dni roboczych od dnia ich nadania („przesyłka handlowa D+4”).

Odnosząc się natomiast do złożonego przez ITI wniosku o wydanie decyzji na podstawie art. 28 uokik (pisma Spółki z dnia 9 i 18 kwietnia 2013 r.) Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie interes publiczny przemawia za wydaniem decyzji stwierdzającej stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Znaczna waga i szkodliwość dokonanego przez Spółkę naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów uzasadniają w ocenie Prezesa Urzędu, wydanie decyzji merytorycznej uznającej działania ITI za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, a ponadto nałożenie na ITI sankcji karnych, o których mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik. Wydanie przez Prezesa Urzędu decyzji na podstawie art. 28 uokik wykluczałoby możliwość skorzystania z tych kompetencji. Ponadto, wydanie decyzji na podstawie art. 27 uokik oraz nałożenie na Spółkę kar pieniężnych ma na celu uzyskanie w niniejszej sprawie

skutku represyjnego i prewencyjnego, zmierzającego do zapobiegnięcia podobnym naruszeniom w przyszłości, zarówno przez Spółkę, jak i innych profesjonalnych uczestników rynku.

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

Środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów (rozstrzygnięcie w pkt II sentencji decyzji)

Prezes Urzędu nałożył na Spółkę, na podstawie art. 26 ust. 2 uokik w zw. z art. 27 ust. 4 w zw. z art. 27 ust. 2 uokik, wskazane w sentencji decyzji środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Wobec decyzji wydawanych na podstawie art. 27 ust. 2 uokik, przepis art. 26 ust. 2 uokik znajduje odpowiednie zastosowanie. Decyzja o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz stwierdzająca zaniechanie jej stosowania może zatem zawierać elementy dodatkowe, m.in. w postaci: zobowiązania przedsiębiorcy do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o określonej treści lub formie lub zobowiązania do publikacji decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy, zmierzające do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o zastosowaniu środków zmierzających do usunięcia skutków poinformowania konsumentów przez ITI o zmianie warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej oraz sposobu przekazania konsumentom tej informacji, które zostały uznane za nieuczciwe praktyki rynkowe.

Jak uznał Prezes Urzędu, Spółka zaniechała stosowania wskazanych w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów z dniem 30 marca 2013 r.

W dacie wydania przez Prezesa Urzędu niniejszej decyzji trwają jednak skutki stosowanych przez ITI praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W wyniku poinformowania konsumentów przez Spółkę o zmianie warunków umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej konsumenci mogli bowiem:

- wypowiedzieć łączące ich ze Spółką umowy o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, lub
- nie wypowiedzieć łączących ich ze Spółką umów o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej, a w konsekwencji, z dniem 1 maja 2013 r., zostać objęci dokonaną przez ITI zmianą warunków umów w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta, lub
- dokonać wyboru oferty „nc+” w celu uniknięcia związania go zmienionymi przez ITI warunkami umowy.

Ponadto, część konsumentów mogła w ogóle nie otrzymać korespondencji ze strony Spółki, dotyczącej zmiany warunków umowy, skierowanej do nich drogą pocztową przesyłką zwykłą, a w konsekwencji, z dniem 1 maja 2013 r., zostać objęta dokonaną przez ITI zmianą warunków umów w zakresie ceny usługi, pakietu programowego oraz okresu na jaki umowa została zawarta.

W świetle powyższego, w ocenie Prezesa Urzędu, konieczne jest nałożenie na Spółkę środków usunięcia ww. trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez:

- **odstąpienie od dokonania zmiany warunków umów z dniem 1 maja 2013 r.** wobec wszystkich konsumentów, którzy otrzymali pisma informujące o zmianie warunków umów, a nie wypowiedzieli umów zgodnie z przysługującym im prawem;
- **poinformowanie** na piśmie konsumentów, którzy otrzymali pismo informujące o zmianie warunków umów, a nie wypowiedzieli umów, że pismo informujące o zmianach warunków umowy, które wcześniej otrzymali, nie wywołuje żadnych skutków prawnych oraz, że będą im świadczone usługi telewizyjne na dotychczasowych warunkach umownych do końca oznaczonego okresu wynikającego z dotychczas obowiązującej umowy zawartej na czas oznaczony lub do czasu wyboru przez nich oferty „nc+”;
- **poinformowanie** na piśmie konsumentów, którzy otrzymali pismo informujące o zmianie warunków umów oraz wypowiedzieli obowiązujące ich umowy na skutek nieprzyjęcia zmian ich warunków, że do dnia 31 maja 2013 r. mogą anulować swoje wypowiedzenie poprzez kontakt z ITI Neovision sp. z o.o. (centrum obsługi klienta lub punkt sprzedaży) oraz, że jeżeli anulują swoje wypowiedzenie, to będą im świadczone usługi telewizyjne na dotychczasowych warunkach umownych (obowiązujących przed wypowiedzeniem umowy) do końca oznaczonego okresu wynikającego z dotychczas obowiązującej umowy zawartej na czas oznaczony lub do czasu wyboru przez nich oferty „nc+”;
- **poinformowanie** na piśmie konsumentów, którzy otrzymali pismo informujące o zmianie warunków umów oraz dokonali wyboru oferty „nc+”, że do dnia 31 maja 2013 r. mogą odstąpić od wybranej oferty „nc+”, poprzez kontakt z ITI Neovision sp. z o.o. (centrum obsługi klienta lub punkt sprzedaży) oraz, że jeżeli odstąpią od wybranej oferty „nc+”, to będą im świadczone usługi telewizyjne na dotychczasowych warunkach umownych (obowiązujących przed dokonaniem wyboru oferty „nc+”) do końca oznaczonego okresu wynikającego z dotychczas obowiązującej umowy zawartej na czas oznaczony lub do czasu wyboru przez nich innej oferty „nc+”.

Niezależnie od powyższego, Prezes Urzędu uznał za zasadne nałożenie na ITI **obowiązku publikacyjnego** całej decyzji na stronie internetowej przedsiębiorcy www.ncplus.pl.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. obowiązek publikacyjny zmierza do usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez przekazanie do możliwie najszerszego kręgu odbiorców (konsumentów – również tych niebędących abonentami Spółki, jak i innych profesjonalnych uczestników rynku) informacji o działaniach ITI uznanych za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, a także nałożonych na Spółkę środków usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów

konsumentów. Obowiązek ten spełni funkcję edukacyjną oraz prewencyjną; ma bowiem stanowić czytelną informację dla konsumentów i przedsiębiorców, w jaki sposób – zgodnie z prawem – przekazywać konsumentom informacje o planowanych zmianach warunków umowy, a jednocześnie ostrzegać, iż w przypadku braku dochowania przez przedsiębiorców wymaganych standardów i zastosowania podobnych praktyk muszą oni liczyć się z określonymi sankcjami. Prezes Urzędu wziął przy tym pod uwagę, że nałożony obowiązek publikacyjny na stronie internetowej nie będzie wiązał się z koniecznością poniesienia przez Spółkę dodatkowych kosztów i pozostanie irrelevantny dla jej sytuacji ekonomicznej.

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

Rygor natychmiastowej wykonalności decyzji (rozstrzygnięcie w pkt III sentencji decyzji)

Zgodnie z art. 103 uokik, Prezes Urzędu może nadać decyzji w części lub w całości rygor natychmiastowej wykonalności. Okolicznością warunkującą zastosowanie rygoru natychmiastowej wykonalności jest wystąpienie ważnego interesu konsumentów, a więc mającego dużą wartość, istotnego, doniosłego. Z uwagi na ważny interes konsumentów natychmiastowe wykonanie obowiązków nałożonych w drodze decyzji staje się konieczne. Nadanie decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności musi zatem poprzedzać dokonanie ustalenia, jaki interes konsumentów doznał w danym przypadku naruszenia oraz czy jest on na tyle ważny, by wydanej decyzji nadać rygor natychmiastowej wykonalności.

Kierując się ważnym interesem konsumentów, Prezes Urzędu nadał niniejszej decyzji rygor natychmiastowej wykonalności w części dotyczącej pkt II.1, II.2, II.3, II.4, rozstrzygnięcia decyzji.

Przedmiotem ochrony w przedmiotowej sprawie jest ważny interes konsumentów wyrażający się w prawie konsumenta do realizacji umowy o świadczenie usług dostępu do programów telewizji satelitarnej na warunkach w niej określonych, dotyczących zarówno elementów przedmiotowo istotnych umowy, takich jak: cena usługi, pakiet programowy oraz okres na jaki umowa została zawarta, jak również dotyczących respektowania przez ITI treści zawartych w umowie klauzul modyfikacyjnych.

W konsekwencji praktyki rynkowej Spółki, o której mowa w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji, nałożenie rygoru natychmiastowej wykonalności dotyczącego pkt II.1 – II.4 rozstrzygnięcia decyzji, zmierza do ochrony ww. ważnego interesu konsumentów oraz usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przed datą 1 maja 2013 r., zarówno w aspekcie ekonomicznym, jak i pozaekonomicznym.

W ocenie Prezesa Urzędu, tylko natychmiastowe wykonanie przez Spółkę wskazanych obowiązków, zagwarantuje pełną ochronę gospodarczych interesów konsumentów, gdyż do czasu uprawomocnienia się niniejszej decyzji proces zmiany warunków umów zostanie wstrzymany, a konsumenci, będąc o tym poinformowani, będą mogli świadomie zdecydować, czy pozostać przy swojej dotychczasowej ofercie „n”, zamienić ją na ofertę „nc+”, czy też w ogóle zrezygnować z usług Spółki.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III sentencji niniejszej decyzji.

Nalożenie kary pieniężnej (rozstrzygnięcie w pkt IV sentencji decyzji)

Stosownie do art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 uokik. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów wprowadziła zatem zasadę fakultatywności nakładania kar przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorców, którzy dopuścili się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Przedmiotowa ustawa nie przesądza bezwzględnie wysokości kary nakładanej przez Prezesa Urzędu, który decydując o tym w każdym konkretnym przypadku, kieruje się założeniem, że sankcja musi spełniać zarówno funkcję represyjną (penalną), jak i prewencyjną (dyscyplinującą) oraz wychowawczą (edukacyjną). Przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, o których mowa w art. 106-108 uokik, Prezes Urzędu powinien wziąć pod uwagę w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy (art. 111 uokik).

Prezes Urzędu, mając na uwadze interes publiczny, uznał, że samo stwierdzenie stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów będzie niewystarczającym działaniem ze strony organu administracji. W związku z powyższym, rodzaj naruszonego dobra oraz okoliczności naruszenia przesądzają o słuszności zastosowanego środka w postaci kary pieniężnej. W pkt. I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji uznano określone działania Spółki za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzono zaniechanie ich stosowania. Za udowodnione należy uznać, iż doszło do naruszenia przez Spółkę określonego w art. 24 uokik zakazu w sposób określony w rozstrzygnięciu niniejszej decyzji. W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał za zasadne skorzystanie z przysługującego mu na mocy przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uprawnienia do nałożenia kary pieniężnej w sytuacji stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, przede wszystkim mając na uwadze charakter stosowanej przez Spółkę praktyki, przejawiający się w fakcie oraz sposobie poinformowania konsumentów o jednostronnej zmianie warunków umowy, co w istotny sposób mogło zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta.

Konieczność uwzględnienia przesłanki winy przy nakładaniu administracyjnych kar pieniężnych określonych w art. 106 uokik wypełnia tezy formułowane w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego oraz sądów administracyjnych i cywilnych. Zgodnie z art. 83 Konstytucji RP, każdy ma obowiązek przestrzegania prawa Rzeczypospolitej Polskiej. Obowiązek znajomości i przestrzegania norm prawa ciąży tym bardziej na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego. Podmioty profesjonalnie działające na rynku powinny przewidywać, że podejmowane przez nie działania mogą być uznane przez Prezesa Urzędu za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Jeżeli przedsiębiorcy mimo to naruszają reguły chroniące zbiorowe interesy konsumentów, uzasadnione jest zastosowanie

wobec nich kar pieniężnych, już wówczas gdy mieli możliwość przewidzenia, że ich działania naruszają prawo lub gdy nie dołożyli należytej staranności, by norm prawa ochrony konsumentów nie naruszyć. Doświadczenie rynkowe Spółki, potencjał ekonomiczny, w kontekście możliwości korzystania z pomocy prawnej, prowadzi do stwierdzenia że Spółka działając w opisanych okolicznościach powinna mieć świadomość że swoim zachowaniem narusza zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu, ITI przystępując do procesu poinformowania konsumentów o planowanych zmianach w stosowanych umowach, poprzez zawarcie tej informacji w adresowanych do konsumentów pismach, powinna rozważyć wszelkie okoliczności dotyczące przekazania w ten sposób i w tej formie przedmiotowych informacji, w tym także potrzebę ochrony interesów konsumentów rozumianych jako prawo do rzetelnej i nie wprowadzającej w błąd informacji, a w przeciwnym razie – uwzględniać możliwość naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Spółka jest profesjonalnym uczestnikiem obrotu, od którego wymaga się przestrzegania prawa oraz pewnej przeczorności postępowania, w szczególności wobec słabszej strony stosunku zobowiązaniowego, jaką jest konsument. Należy przyjąć, iż zgromadzony materiał dowodowy potwierdza, że Spółka przeprowadziła analizy w zakresie strategii wprowadzenia nowej marki „nc+” na rynek oraz przekazania abonentom informacji o planowanych zmianach, pozostających w związku z powstaniem tej marki. W związku z tym Spółka powinna mieć świadomość, że podjęte przez nią działania mogą naruszać dobre obyczaje oraz zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta.

Ustalenie kar w przedmiotowej sprawie miało charakter dwuetapowy, co spowodowane było zaistnieniem w postępowaniu okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych praktyk i na tej podstawie ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary – dokonał gradacji ustalonej kwoty bazowej.

W powyższym kontekście wzięto pod uwagę, iż praktyki stosowane przez Spółkę dotyczą etapu wykonywania kontraktu. Naruszenia na tym etapie należy uznać za szczególnie groźne dla interesów konsumentów, którzy, będąc klientami przedsiębiorcy, są już z nim związani węzłem obligacyjnym. Oceniając wagę naruszenia, Prezes Urzędu miał również na względzie ciężar i szkodliwość stosowanych praktyk (zmiana czasu trwania kontraktu, ceny i zakresu świadczenia usług).

Przychód osiągnięty przez Spółkę w kwocie [tajemnica przedsiębiorstwa] ustalono na podstawie jednostkowego sprawozdania finansowego za okres dwudziestu trzech miesięcy - od 1 stycznia 2010 r. do 30 listopada 2011 r. (Spółka stosuje wydłużony rok obrotowy i podatkowy). Stąd maksymalny wymiar kary, zgodnie z powyżej przytoczonymi przepisami, mógłby wynieść 10 % przychodów Spółki, tj. [tajemnica przedsiębiorstwa].

W myśl art. 111 uokik, Prezes Urzędu rozważył:

- Okres naruszenia przepisów ustawy. Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że praktyka miała charakter jednorazowy (wysyłka pism zawierających informację o zmianie warunków umów miała miejsce w dniu 25 marca 2013 r.).
- Stopień naruszenia przepisów ustawy, tj. wagę (ciężar, szkodliwość) naruszenia. Zmierzają tu do ustalenia natężenia szkodliwości karalnego zachowania dla

konsumentów (element przedmiotowy) oraz odpowiadającej mu stronie podmiotowej. Okoliczności te zostały wzięte pod uwagę i uzasadnione w dalszej części decyzji.

- Okoliczności naruszenia przepisów ustawy. W ocenie Prezesa Urzędu, są to okoliczności, które stanowią podstawę do złagodzenia lub podwyższenia wymiaru kary. Okoliczności te zostały wzięte pod uwagę i uzasadnione w dalszej części decyzji.
- Uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Okoliczność ta została wzięta pod uwagę przy wymiarze kary pieniężnej w ten sposób, że z uwagi na brak uprzedniego stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów tego samego rodzaju wysokość kary nie została zwiększona. Uprzednie naruszenie przepisów ustawy jest bowiem okolicznością obciążającą, jej brak natomiast nie jest *a contrario* okolicznością łagodzącą.

W związku z tym, że działania Spółki związane z przeprowadzoną korespondencją z konsumentami, dotyczącą zmiany warunków umowy, zostały ocenione w zakresie stosowania przez ITI dwóch praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu nałożył na Spółkę dwie kary pieniężne za każdą ze stwierdzonych praktyk.

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji

Należy przyjąć, iż zgromadzony materiał dowodowy potwierdza, że Spółka przeprowadziła analizy w zakresie strategii wprowadzenia nowej marki „nc+” na rynek oraz przekazania abonentom informacji o planowanych zmianach warunków umów, pozostających w związku z powstaniem tej marki. Niemniej jednak, w ocenie Prezesa Urzędu, niezadbanie przez Spółkę o aspekt zgodności z prawem konsumenckim działań ITI w zakresie dokonania jednostronnej zmiany warunków umowy, przekonuje, że Spółka, nie mając zamiaru popełnienia deliktu administracyjnego, popełniła go na skutek niezachowania ostrożności wymaganej w danych okolicznościach, mimo że możliwość popełnienia tego czynu przewidywała albo mogła przewidzieć. W świetle tego, uzasadnione jest stwierdzenie, że działanie Spółki opisane w pkt. I.1 rozstrzygnięcia decyzji miało charakter nieumyślny.

Ocena stwierdzonego naruszenia pozwoliła Prezesowi Urzędu na oszacowanie wagi tego naruszenia na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu osiągniętego przez Spółkę. Tym samym, ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa, stanowiąca równowartość [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu osiągniętego przez Spółkę, wynosi 7 391 670 zł (słownie: siedem milionów trzysta dziewięćdziesiąt jeden tysięcy sześćset siedemdziesiąt złotych i 00/100).

Dokonując ustalenia ostatecznego wymiaru kary pieniężnej nałożonej na Spółkę, Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących.

I tak, ustalając wysokość kary, jako okoliczność łagodzącą wzięto pod uwagę, iż ITI Neovision zaniechała stosowania praktyki przed wszczęciem przez Prezesa Urzędu postępowania w sprawie naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. Prezes Urzędu przyjął datę 30 marca 2013 r. jako moment zaniechania stosowania kwestionowanych praktyk.

Kolejną okolicznością łagodzącą, jaką wzięto pod uwagę, było podjęcie przez przedsiębiorcę niezwłocznie po wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów działań zmierzających do usunięcia skutków zastosowania tych praktyk. Jak wskazała Spółka w piśmie z dnia 9 kwietnia 2013 r., zarząd ITI, niezwłocznie po wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, podjął działania w celu dostosowania strategii Spółki, uwzględniając zarzuty wskazane przez Prezesa Urzędu w postanowieniu o wszczęciu postępowania administracyjnego.

Przy miarkowaniu kary jako okoliczność obciążającą wzięto natomiast pod uwagę, że skutki kwestionowanej praktyki Spółki objęły swym zasięgiem w sposób jednolity abonentów Spółki na obszarze całego kraju.

Prezes Urzędu uznał, iż zaistniałe w niniejszej sprawie okoliczności łagodzące uzasadniają zmniejszenie wyjściowego poziomu kary o 40 %, zaś okoliczność obciążająca uzasadnia zwiększenie wyjściowego poziomu kary o 20 %. Reasumując, kwota bazowa kary zostaje zmniejszona o 20 %.

W świetle powyższych okoliczności, wysokość kary ustalono na poziomie **5 913 336 (słownie: pięć milionów dziewięćset trzynaście tysięcy trzysta trzydzieści sześć złotych i 00/100)**. Oznacza to, że nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik i jednocześnie **stanowi [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu osiągniętego przez Spółkę od 1 stycznia 2010 r. do 30 listopada 2011 r. oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] % kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.**

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji

Należy przyjąć, iż zgromadzony materiał dowodowy potwierdza, że Spółka przeprowadziła analizy w zakresie strategii wprowadzenia nowej marki „nc+” na rynek oraz sposobu przekazania abonentom informacji o planowanych zmianach warunków umów, pozostających w związku z powstaniem tej marki. Niemniej jednak, w ocenie Prezesa Urzędu, niezadbanie przez Spółkę o aspekt zgodności z prawem konsumenckim działań ITI w zakresie sposobu poinformowania konsumentów o zmianie warunków umowy, przekonuje, że Spółka, nie mając zamiaru popełnienia deliktu administracyjnego, popełniła go na skutek niezachowania ostrożności wymaganej w danych okolicznościach, mimo że możliwość popełnienia tego czynu przewidywała albo mogła przewidzieć. W świetle tego, uzasadnione jest stwierdzenie, że działanie Spółki opisane w pkt. I.2 rozstrzygnięcia decyzji miało charakter nieumyślny.

Ocena stwierdzonego naruszenia pozwoliła Prezesowi Urzędu na oszacowanie wagi tego naruszenia na poziomie [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu osiągniętego przez Spółkę. Tym samym, ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa, stanowiąca równowartość [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu osiągniętego przez Spółkę, wynosi 6 159 725 zł (słownie: sześć milionów sto pięćdziesiąt dziewięć tysięcy siedemset dwadzieścia pięć złotych i 00/100).

Dokonując ustalenia ostatecznego wymiaru kary pieniężnej nałożonej na Spółkę, Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących.

I tak, ustalając wysokość kary, jako okoliczność łagodzącą wzięto pod uwagę, iż ITI Neovision zaniechała stosowania praktyki przed wszczęciem przez Prezesa Urzędu postępowania w sprawie naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. Prezes Urzędu przyjął datę 30 marca 2013 r. jako moment zaniechania stosowania kwestionowanych praktyk.

Kolejną okolicznością łagodzącą, jaką wzięto pod uwagę, było podjęcie przez przedsiębiorcę niezwłocznie po wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów działań zmierzających do usunięcia skutków zastosowania tych praktyk. Jak wskazała Spółka w piśmie z dnia 9 kwietnia 2013 r., zarząd ITI, niezwłocznie po wszczęciu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, podjął działania w celu dostosowania strategii Spółki, uwzględniając zarzuty wskazane przez Prezesa Urzędu w postanowieniu o wszczęciu postępowania administracyjnego.

Przy miarkowaniu kary jako okoliczność obciążającą wzięto pod uwagę, że skutki kwestionowanej praktyki Spółki objęły swym zasięgiem w sposób jednolity abonentów Spółki na obszarze całego kraju.

Prezes Urzędu uznał, iż zaistniałe w niniejszej sprawie okoliczności łagodzące uzasadniają zmniejszenie wyjściowego poziomu kary o 40 %, zaś okoliczność obciążająca uzasadnia zwiększenie wyjściowego poziomu kary o 20 %. Reasumując, kwota bazowa kary zostaje zmniejszona o 20 %.

W świetle powyższych okoliczności, wysokość kary ustalono na poziomie **4 927 780 (słownie: cztery miliony dziewięćset dwadzieścia siedem tysięcy siedemset osiemdziesiąt złotych i 00/100)**. Oznacza to, że nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik i jednocześnie **stanowi [tajemnica przedsiębiorstwa] % przychodu osiągniętego przez Spółkę od 1 stycznia 2010 r. do 30 listopada 2011 r. oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] % kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.**

W ocenie Prezesa Urzędu, nałożone niniejszą decyzją kary pieniężne za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów mają **charakter represyjny** (nakładane są za naruszenie ustawowych zakazów) i **prewencyjny** (mają zapobiegać podobnym naruszeniom w przyszłości i zniechęcać do naruszania prawa) - tak wyrok SN z dnia 7 kwietnia 2004 r., sygn. akt III SK 31/04, LEX 103149. Nadto, wymierzone kary są adekwatne do stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł się jak w pkt IV sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokik, karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 Kodeksu postępowania cywilnego, od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Stosownie do art. 479³⁰ Kodeksu postępowania cywilnego, w razie wniesienia odwołania od decyzji Prezesa Urzędu, Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów może, na wniosek strony, która wniosła odwołanie, wstrzymać wykonanie decyzji do czasu rozstrzygnięcia sprawy.

Stosownie do art. 108 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w zw. z art. 83 i art. 81 ust. 5 uokik, oraz art. 479³² Kodeksu postępowania cywilnego, na postanowienie o nadaniu rygoru natychmiastowej wykonalności, w przypadku kwestionowania wyłącznie przedmiotowego postanowienia zawartego w pkt III sentencji decyzji, przysługuje zażalenie do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie tygodniowym od daty doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Otrzymuje:

1. Pani
[]
pełnomocnik ITI Neovision sp. z o.o.
Kancelaria Prawna
Salans FMC SNR Denton Oleszczuk sp. k.
Rondo ONZ 1
00-124 Warszawa
2. a/a