PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA UOKIK W GDAŃSKU

RGD. 61-22/10/11/MLM
Wersja jawna BIP

Gdańsk, dnia 29 lipca 2011r.

DECYZJA NR RGD.8/2011

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., 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 praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów,** o której mowa w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działanie Spółki MULTIMEDIA Polska SA z siedzibą w Gdyni, polegające na przekazaniu konsumentom, z naruszeniem obowiązku udzielenia im, w terminie określonym w art. 60 a ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lipca 2004r. Prawo Telekomunikacyjne (Dz.U. Nr 171, poz. 1800 zm.), informacji o proponowanych zmianach warunków umowy dotyczących zmiany oferty programowej, dokonanych z dniem 1 stycznia 2010r. **i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 1 lutego 2010r.**

II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 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 nakłada** na Spółkę MULTIMEDIA Polska SA z siedzibą w Gdyni **karę pieniężną** w wysokości zł 208.254 złotych (słownie: dwieście osiem tysięcy dwieście pięćdziesiąt cztery złote), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie określonym w punkcie I sentencji decyzji.

III. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 264 § 1 ustawy Kodeks postępowania administracyjnego w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się przedsiębiorcę MULTIMEDIA Polska SA z siedzibą w Gdyni, kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 26,25 zł (słownie: dwadzieścia sześć złotych 25/100).

Uzasadnienie

W dniu 18 marca 2010r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes UOKiK", „Prezes Urzędu"), otrzymał zawiadomienie Spółki z o.o. Eltronik MEDIA z sie-

dzibą w Brodnicy w sprawie podejrzenia stosowania przez Spółkę MULTIMEDIA Polska SA w Gdyni (dalej: Spółka lub MULTIMEDIA), praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Z treści zawiadomienia wynikało, że Spółka dokonała zmian programowych nie powiadamiając o nich abonentów w czasie określonym w przepisach ustawy Prawo telekomunikacyjne oraz nie informując konsumentów o prawie wypowiedzenia umowy z tego tytułu [karta akt sprawy – 10].

W dniu 2 kwietnia 2010r. Prezes Urzędu, na podstawie art. 48 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (zwanej dalej również ustawą o ochronie […]) postanowił o wszczęciu, pod sygn. akt RGD. 405-10/10/MLM, postępowania wyjaśniającego w tej sprawie.

W zawiadomieniu o wszczęciu postępowania wyjaśniającego Prezes Urzędu wezwał MULTIMEDIA do przekazania m.in. informacji o dokonanych zmianach oferty programowej oraz o sposobach i terminach powiadomienia o tym fakcie abonentów - klientów operatora.

W piśmie z dnia 19 kwietnia 2010r. [k. 14-20] Spółka wyjaśniła i wskazała, min. że:

- ✓ z dniem 1 stycznia 2010r. zmianie uległa oferta programowa MULTIMEDIA. Z oferty zostały usunięte programy tematyczne nadawane przez Grupę Polsat tj. Polsat Sport, Polsat Sport Extra i Polsat 2,
- ✓ zmiana oferty dotyczyła wszystkich abonentów usług telewizji kablowej, świadczonych przez MULTIMEDIA,
- ✓ mając na uwadze wymogi nałożone przepisami ustawy z dnia 16 lipca 2004r. Prawo Telekomunikacyjne, w szczególności art. 60 a ustawy tego aktu prawnego, Spółka na fakturach przesyłanych abonentom w listopadzie 2009r. zawarła w formie *uwagi* informację o treści: *Informujemy, że z dniem 1 stycznia 2010r. zmianie ulegnie oferta programowa Usługi Radia i Telewizji Kablowej (analogowej i cyfrowej). Na podstawie art. 60 a) ust. 1 ustawy z dnia 16 lipca 2004r. Prawo Telekomunikacyjne (Dz.U. z 2004r., Nr 171, poz. 1800 z późn. zm.), dalej ustawa, informujemy, iż w przypadku braku akceptacji nowej oferty programowej (w miejsce programów tematycznych nadawanych przez Grupę Polsat wprowadzone zostaną nowe, równie atrakcyjne programy), przysługuje Państwu prawo wypowiedzenia Umowy Abonenckiej łączącej Państwa z Multimedia Polska SA, w zakresie korzystania z Usług Radia i Telewizji Kablowej, z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia umowy, ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego, poprzez złożenie oświadczenia w formie pisemnej. W razie skorzystania z tego prawa przez Abonenta, Operatorowi nie będzie przysługiwać roszczenie odszkodowawcze, a także zwrot ulgi przyznanej Abonentowi, o której mowa jest w art. 57 ust. 8 ustawy. Więcej informacji o nowościach programowych uzyskacie Państwo wkrótce lub pod numerem 801 708 888*,
- ✓ w grudniu 2009r. Spółka, przypominając o zmianie oferty oraz *wskazując na czym ta zmiana będzie polegała,* przesłała abonentom dodatkowe informacje o planowanych zmianach, w formie ulotek druków nieadresowanych, a więc odmiennie, niż to miało miejsce w przypadku faktur, nie kierowanych imiennie do poszczególnych abonentów. W ulotce znalazły się m.in. następujące hasła reklamowe: *Najlepsze z Najlepszych! Już wkrótce w Twoim domu!, Kanały, zgodnie z informacją podaną w listopadzie, wprowadzone zostaną w miejsce programów tematycznych grupy Polsat (Polsat Sport, Polsat Sport Extra, Polsat 2). W miejsce programu Polsat Sport HD stworzony zostanie pakiet Sport, w skład którego wejdą programy Eurosport HD, nSport HD oraz SportKlub+,*

- ✓ zdaniem Spółki, zmiana oferty programowej *odbyła się na zasadach określonych w przepisach art. 60a) ust. 1 pkt 1 oraz ust. 2 Prawa Telekomunikacyjnego, regulujących zmianę warunków umowy przez dostawcę usług telekomunikacyjnych.*

W dniu 26 kwietnia 2010r. Prezes Urzędu, w ramach prowadzonego postępowania wyjaśniającego, wystąpił do Urzędu Komunikacji Elektronicznej UKE Pomorski Oddział Okręgowy w Gdyni z prośbą o zajęcie stanowiska w następujących kwestiach:

- ✓ *czy działania Spółki, polegające na poinformowaniu abonentów, że z dniem 1 stycznia 2010r. zmianie ulegnie oferta programowa, bez sprecyzowania jakie konkretnie programy zostaną wycofane i wprowadzone do oferty programowej, zgodne są z przepisem art. 60a ustawy Prawo telekomunikacyjne, który nakłada na operatora obowiązek poinformowania na piśmie, o treści każdej proponowanej zmiany?,*
- ✓ *czy informacja, że w razie braku akceptacji zmian programowych abonentowi przysługuje prawo wypowiedzenia umowy „z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia umowy, ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego", stoi w sprzeczności z przepisem art. 60 a ustawy Prawo telekomunikacyjne, który nie określa terminu wypowiedzenia oraz daty granicznej ważności umowy, w przypadku jej wypowiedzenia? Jeżeli przedsiębiorca planował wprowadzenie zmian np. od dnia 1 stycznia 2010r, wówczas abonent, zgodnie z informacją uzyskaną od Spółki, powinien złożyć wypowiedzenie przed 1 grudnia 2009, bowiem złożenie wypowiedzenia w grudniu było skuteczne dopiero na dzień 31 stycznia 2010r., czyli już po dokonaniu zmian programowych, które nie były przez abonenta zaakceptowane. Natomiast nieokreślenie okresu wypowiedzenia pozwala abonentowi na rozwiązane umowy przed dokonaniem zmian programowych.*

W odpowiedzi na to wystąpienie UKE, pismem z dnia 7 maja 2010r. [k. 23], przedstawiło następujące stanowisko: „…przez słowo *treść* nie należy rozumieć ogólnego określenia *programów tematycznych nadawanych przez Grupę Polsat*, oraz *nowe równie atrakcyjne programy*, ale należy rozumieć jednoznaczne wskazanie abonentom zachodzącej zmiany". Skoro bowiem przepis art. 60 a ustawy Prawo telekomunikacyjne mówi jednoznacznie, że o treści każdej proponowanej zmiany warunków umowy klient musi być powiadomiony na piśmie, to*, …. zmiany te muszą być wskazane zarówno w zakresie programów telewizyjnych wycofywanych jak i programów telewizyjnych wprowadzanych do oferty programowej. Bez tej podstawowej wiedzy abonent nie jest w stanie podjąć decyzji o zaakceptowaniu zmian warunków umowy bądź o wypowiedzeniu umowy w przypadku braku akceptacji tych zmian.*

W opinii UKE, Spółka MULTIEDIA, planując wprowadzenie zmian od dnia 1 stycznia 2010r. i określając miesięczny okres wypowiedzenia umowy z tego tytułu winna była dostarczyć abonentom pełną i wyczerpującą informację w takim czasie aby oświadczenie o wypowiedzeniu umowy było skuteczne, przed wprowadzeniem zmian. Oświadczenie to powinno być złożone w siedzibie MULTIMEDIA najpóźniej do dnia 30 listopada 2009r. włącznie.

Ponadto, w ocenie UKE, użyte w art. 60 a ustawy Prawo telekomunikacyjne określenie *„doręcza abonentowi na piśmie treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy…"* wskazuje *„raczej na odrębne pismo dotyczące proponowanych zmian warunków umownych",* nie zaś na informację w formie *„uwagi"* na fakturze.

Uwzględniając wszystkie okoliczności faktyczne, Prezes Urzędu uznał, iż w przedmiotowej sprawie nastąpiło naruszenie przepisów ustawy o ochronie […] uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie stosowania przez Spółkę MULTIMEDIA Polska SA z siedzibą w Gdyni praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. W związku z tym w dniu 29

grudnia 2010r. Prezes Urzędu, postanowieniem nr 265 [k. 3], zmienionym następnie postanowieniem nr 143 z dnia 7 czerwca 2011r. [k. 210], wszczął wobec Spółki MULTIMEDIA Polska SA, pod sygn. akt RGD. 61-22/10/MLM, postępowanie w sprawie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a polegającej na przekazaniu konsumentom, z naruszeniem obowiązku udzielenia im, w terminie określonym w art. 60 a ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lipca 2004r. Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. Nr 171, poz. 1800 zm.), informacji o proponowanych zmianach warunków umowy dotyczących zmiany oferty programowej, dokonanych z dniem 1 stycznia 2010r.
Dodatkowo postanowieniem nr 271 [k. 6], z dnia 31 grudnia 2010r., Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów wszczętego postępowania całość dowodów uzyskanych w toku przeprowadzonego wcześniej postępowania wyjaśniającego.

Odnosząc się do zarzutów postawionych w zawiadomieniu o wszczęciu postępowania przedsiębiorca, pismem z dnia 20 stycznia 2011r. [k. 27-36], przedstawił swoje stanowisko w sprawie, wskazując na informacje przekazane pismem z dnia 19 kwietnia 2010r., a także zaznaczając ponownie, że zmiana oferty programowej, dokonana z dniem 1 stycznia 2010r., odbyła się na zasadach określonych w przepisie art. 60 a ust. 1 pkt 1 oraz ust. 2 Prawa telekomunikacyjnego, regulujących zmianę warunków umowy przez dostawcę usług telekomunikacyjnych.
Dodatkowo Spółka, w piśmie z dnia 22 marca 2011r., stwierdziła m.in., że zmiana oferty była dla abonentów korzystna i z tego powodu operator nie miał obowiązku *zastosować przepisu art. 60 a ustawy Prawom Telekomunikacyjne tj. umożliwić Abonentom rozwiązania ich umów abonenckich bez naliczania kar umownych jeszcze przez cały miesiąc styczeń 2010r.,* co wynika z Dyrektywy UE o usłudze powszechnej, która jednak nie została prawidłowo implementowana przez Polskę.
W dniach 15 i 21 kwietnia 2011r. strona zapoznała się z materiałem dowodowym zgromadzonym w sprawie, a następnie, pismem z dnia 26 kwietnia 2011r., Spółka złożyła wniosek o *doprecyzowanie zawiadomienia o wszczęciu postępowania* bowiem, zdaniem MULTIMEDIA, uzasadnienie postanowienia i zawiadomienia o wszczęciu postępowania nie wyjaśnia *w sposób precyzyjny postawionego zarzutu, a na podstawie jego analizy Spółka nie jest w stanie – jak się okazało po zapoznaniu z materiałem z akt postępowania – ustalić podstawowej kwestii, tj. w jakim zakresie naruszone jakoby zostały przez Multimedia obowiązki informacyjne wynikające z art. 60 a Prawa Telekomunikacyjnego.*

Ponadto, pismem dnia 21 czerwca 2011r., Spółka, ustosunkowując się do zmiany sentencji postanowienia o wszczęciu postępowania, wskazała, na *brak uzasadnienia zarzutu, które pozwoliłoby jej sformułować wobec niego stanowisko.* Jednocześnie, zdaniem MULTIMEDIA, *postępowanie wszczęte postanowieniem z dnia 29 grudnia 2010r., jako wszczęte w sposób nieuwzględniający i nieodzwierciedlający treści przepisów prawnych, które zostały naruszone poprzez działania skarżonego czyli Spółki, a zatem jako bezprzedmiotowe powinno zostać umorzone. Natomiast nowe postanowienie (a tak należy traktować nadanie nowego, poprawnego – zdaniem Delegatury UOKiK w Gdańsku – co do zarzutów i podstaw prawnych brzmienia postanowieniu z dnia 29 grudnia 2010r., postanowieniem z dnia 7 czerwca 2011r.) nie powinno być nigdy wszczęte, bowiem godzi to w dyspozycję art. 93 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.*

Prezes Urzędu ustalił, co następuje.

1. Zgodnie z art. 60 a ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lipca 2004r. Prawo telekomunikacyjne[1] (Dz.U. Nr 171, poz. 1800 zm.) – w brzmieniu obowiązującym w roku 2009r. – *„Dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych doręcza na piśmie treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy, w szczególności, o której mowa w art. 56 ust. 3 – z wyprzedzeniem co najmniej jednego okresu rozliczeniowego przed wprowadzeniem tych zmian w życie. Jednocześnie abonent powinien zostać poinformowany o prawie wypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji tych zmian".*
2. Spółka MULTIMEDIA zarejestrowana jest w Rejestrze Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych pod poz. 180. Przedmiotem działania przedsiębiorcy jest m.in. świadczenie usług telekomunikacyjnych, usług rozprowadzania lub rozpowszechniania programów radiofonicznych lub telewizyjnych[2].
3. Zgodnie z oświadczeniem przedsiębiorcy (pismo z dnia 19 kwietnia 2010r.), każdy przedsiębiorca działający na podstawie ww. ustawy Prawo telekomunikacyjne i świadczący usługi telekomunikacyjne, może w trakcie trwania umowy abonenckiej dokonać zmiany oferty. *Artykuł 60 a wspomnianej powyżej ustawy nakłada jednakże na operatorów chcących dokonać takiej zmiany szczególne obowiązki. Zgodnie z tym przepisem każdy dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych (a zatem także Multimedia) doręcza Abonentom na piśmie treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy z wyprzedzeniem co najmniej jednego okresu rozliczeniowego przed wprowadzeniem tych zmian w życie. Jednocześnie zgodnie z ustawą każdy Abonent powinien zostać poinformowany o prawie wypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji tych zmian. Co więcej, zgodnie z regulacją ustawową w przypadku skorzystania przez Abonenta z tego uprawnienia, Operatorowi nie przysługują roszczenia odszkodowawcze ani zwrot ulgi przyznanej Abonentowi, o czym Abonent także powinien zostać poinformowany.*
4. Z dniem 1 stycznia 2010r. Spółka dokonała zmiany warunków umowy polegającej na usunięciu z oferty programowej programów tematycznych z Grupy Polsat.
5. Informacja o planowanych zmianach była dostarczana abonentom w listopadzie 2009r. w postaci dopisku „uwaga" na fakturze, o treści: *Informujemy, że z dniem 1 stycznia 2010r. zmianie ulegnie oferta programowa Usługi Radia i Telewizji Kablowej (analogowej i cyfrowej). Na podstawie art. 60 a)ust. 1 ustawy z dnia 16 lipca 2004r. Prawo Telekomunikacyjne (Dz.U. z 2004r., Nr 171, poz. 1800 z późn. zm.), dalej ustawa, informujemy, iż w przypadku braku akceptacji nowej oferty programowej (w miejsce programów tematycznych nadawanych przez Grupę Polsat wprowadzone zostaną nowe, równie atrakcyjne programy), przysługuje Państwu prawo wypowiedzenia Umowy Abonenckiej łączącej Państwa z Multimedia Polska SA, w zakresie korzystania z Usług Radia i Telewizji Kablowej, z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia umowy, ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego, poprzez złożenie oświadczenia w formie pisemnej. W razie skorzystania z tego prawa przez Abonenta, Operatorowi nie będzie przysługiwać roszczenie odszkodowawcze, a także zwrot ulgi przyznanej Abonentowi, o której mowa jest w art. 57 ust. 8 ustawy. Więcej informacji o nowościach programowych uzyskacie Państwo wkrótce lub pod numerem 801 708 888.*

[1] Nowe brzmienie art. 60 a weszło w życie z dniem 20.07.2010r.
[2] dane zamieszczone na stronie www.uke.gov.pl – rejestr przedsiębiorców telekomunikacyjnych

6. W grudniu 2009r. Spółka przekazała abonentom uzupełniające informacje, przy wykorzystaniu druków nieadresowanych imiennie (ulotka), konkretyzując co sygnalizowana wcześniej zmiana ofert programowej oznacza, tzn., że z dniem 1 stycznia 2010r. w miejsce programów z dotychczasowej oferty tj. Polsat Sport, Polsat Sport Extra i Polsat 2 zostaną wprowadzone nowe programy, i tak: *W miejsce programu Polsat Sport HD stworzony zostanie pakiet Sport, w skład którego wejdą programy Eurosport HD, nSport HD oraz SportKlub+.* Jak wynika z wyjaśnień przedsiębiorcy (pismo z dnia 19 kwietnia 2010r.), *..wraz z fakturami wystawionymi i dostarczanymi w grudniu Spółka skierowała do wszystkich swoich Abonentów usługi radia i telewizji kablowej, powtórną i uzupełniającą informację o zmianie oferty programowej.*
7. Na dzień 31 grudnia 2009r. MULTIMEDIA posiadała 673.000 abonentów[3] telewizji kablowej.
8. Spółka zawiera z każdym abonentem umowę abonencką[4]. Zgodnie z § 16 postanowień umowy integralną jej częścią jest m.in. Regulamin Świadczenia Usług Radia i Telewizji Kablowej oraz Oferta Usług Operatora. Podpisując umowę Abonent oświadcza również, że zapoznał się zarówno z regulaminem, jak i ofertą usług oraz cennikiem obejmującym ceny i opis usługi, i zawiera umowę zgodnie z określonym w niej Pakietem programowym wraz z Pakietami i Usługami Dodatkowymi.

Prezes Urzędu zważył co następuje.

Aby rozstrzygnąć sprawę w oparciu o przepisy ustawy o ochronie […] niezbędnym jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej, konkretnej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy dane działania godzą w interesy ogólnospołeczne i dotykają szerokiego kręgu uczestników rynku, a przez to skutkują zakłóceniem prawidłowego funkcjonowania rynku.
Dopiero wykazanie okoliczności naruszenia interesu publicznoprawnego, upoważnia Prezesa UOKiK do rozpoczęcia dalszych działań, służących realizacji celu ustawy, którym zgodnie z art. 1 ust. 1, jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Uruchomienie przez Prezesa Urzędu instrumentów przewidzianych ustawą możliwe jest jedynie dla przeciwdziałania naruszeniom interesu publicznego, czyli w celu ochrony interesów zbiorowości, a nie poszczególnych jednostek, czy grup będących uczestnikami rynku.
Uwzględniając charakter praktyki będącej przedmiotem niniejszej decyzji, należy przyjąć, że w sprawie przesłanka naruszenia interesu publicznoprawnego sformułowana w art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie […] została spełniona. Praktyka Spółki godzi w interesy nie tylko poszczególnych osób, ale przede wszystkim w interesy ogółu konsumentów, całej ich zbiorowości. Niekorzystne skutki prowadzonych przez Spółkę działań mają wpływ na szeroką grupę konsumentów, którzy zawarli z nią umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.
Zgodnie z art. 1 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ustawa ta reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli praktyki te wywołują lub mogą wywoływać skutki na terytorium Rzeczpospolitej Pol-

[3] dane ze strony www.pike.org.pl

[4] wzór umowy dostępny jest również na stronie internetowej przedsiębiorcy www.multimedia.pl

skiej. Dla stwierdzenia, że dana praktyka godzi w zbiorowe interesy konsumentów wystarczające jest więc wykazanie, że potencjalnie istniało zagrożenie naruszenia interesów konsumentów.
W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw bardzo dużej, wynoszącej ponad 600.000 liczby konsumentów, którzy zostali narażeni na ponoszenie negatywnych skutków praktyki stosowanej przez Spółkę.
Ponieważ interes publiczny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, zatem, w ocenie Prezesa Urzędu, uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

I. Ocena działań Spółki MULTIMEDIA Polska SA w aspekcie zarzutu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy.

Zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed takimi działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, tj. niezgodne z przepisami określonych aktów prawnych oraz zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. Dla uznania rynkowych zachowań przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów koniecznym jest przede wszystkim wykazanie, iż spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki określone w art. 24 ustawy o ochronie […], tj. :

a) kwestionowane działanie jest działaniem przedsiębiorcy i ujawnia się w relacjach przedsiębiorca - konsument;
b) działanie to jest bezprawne;
c) działanie to godzi w zbiorowy interes konsumentów.

Ad a) Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów definiuje pojęcie przedsiębiorcy w pkt 1 art. 4. Zgodnie z tym przepisem, pod pojęciem tym należy rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, a także osobę fizyczną, osobę prawną, a także jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o działalności gospodarczej, osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu, związek przedsiębiorców w rozumieniu pkt 2 – na potrzeby przepisów dotyczących m.in. praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.
Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej określa, w art. 4 ust. 1 tej ustawy, przedsiębiorcę w ten sposób, że jest nim: osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Właściwą dla przedsiębiorcy działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły (art. 2 ww. ustawy).
Spółka MULTIMEDIA Polska SA z siedzibą w Gdyni została zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000238931. Dodatkowo Spółka zarejestrowana jest w Rejestrze Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych pod poz.

180. Przedmiotem działania przedsiębiorcy jest m.in. świadczenie usług telekomunikacyjnych, usług rozprowadzania lub rozpowszechniania programów radiofonicznych lub telewizyjnych.
W tym stanie faktycznym, nie ulega wątpliwości, że MULTIMEDIA, będąc spółką prawa handlowego, posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie /…/. 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.
Ponadto, z uwagi na okoliczność, iż Spółka jest wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych wykorzystuje *sieć telekomunikacyjną/publiczną sieć telekomunikacyjną przeznaczoną do upowszechniania lub rozprowadzania programów radiofonicznych lub telewizyjnych „TVK"*, jest ona także i przedsiębiorcą podlegającym szczególnym rygorom wynikającym wprost z przepisów ustawy Prawo telekomunikacyjne, które normuje m.in. zasady wykonywania działalności telekomunikacyjnej, prawa i obowiązki przedsiębiorców telekomunikacyjnych, jak również prawa i obowiązki użytkowników.
Klientami Spółki są przede wszystkim konsumenci. Konsumentem w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22^1 k.c. w zw. z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).

Ad b). Bezprawność tradycyjnie 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 przedmiotowej sprawie, Prezes Urzędu rozważył, czy działania Spółki podjęte w związku z planowanymi zmianami warunków umownych, dokonanych przez Spółkę z dniem 1 stycznia 2010r., były bezprawne i naruszyły interesy konsumentów/abonentów MULTIMEDIA.
Jak wskazano wyżej, zgodnie z art. 60 a ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 16 lipca 2004r. Prawo telekomunikacyjne – w brzmieniu obowiązującym w roku 2009r. – *„Dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych doręcza na piśmie treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy, w szczególności, o której mowa w art. 56 ust. 3 – z wyprzedzeniem co najmniej jednego okresu rozliczeniowego przed wprowadzeniem tych zmian w życie. Jednocześnie abonent powinien zostać poinformowany o prawie wypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji tych zmian".*
Z treści tego przepisu wynika jednoznacznie, że przedsiębiorca planując dokonanie zmian warunków umowy winien przede wszystkim, z wyprzedzeniem co najmniej jednego okresu rozliczeniowego, powiadomić abonentów na piśmie o treści proponowanych zmian, a także poinformować o ich prawie do odstąpienia od umowy, w sytuacji nieakceptowania tych zmian.
Zgodnie z postanowieniami umowy abonenckiej zawieranej pomiędzy MULTIMEDIA a konsumentami, oferta programowa stanowi integralną część tej umowy. Skoro więc oferta programowa jest elementem umowy, to jej zmiana powoduje równocześnie zmianę warunków umowy, a przedsiębiorca proponujący modyfikację regulacji, w oparciu o które

odbywa się współpraca stron, zobowiązany jest do przedsięwzięcia przewidzianych prawem czynności, z odpowiednim wyprzedzeniem czasowym (jeden okres rozrachunkowy) i przy zachowaniu określonej formy, jaką ustawa Prawo telekomunikacyjne przewiduje dla proponowanej zmiany warunków umowy (na piśmie).
Spółka MULTIMEDIA planując wprowadzenie, z dniem 1 stycznia 2010r., zmian zakresie dotyczących zakresu świadczonych usług telekomunikacyjnych/usług telewizji kablowej zobowiązana była więc do poinformowania abonentów o zmianach swoich propozycjach najpóźniej do dnia 30 listopada 2009r., bowiem zgodnie regulacjami wynikającymi z umów abonenckich okres rozliczeniowy w MULTIMEDIA to okres jednego miesiąca kalendarzowego (pismo Spółki z dnia 20 stycznia 2011r.).
Jak wynika z ustaleń stanu faktycznego w listopadzie 2009r. przedsiębiorca poinformował abonentów o proponowanych zmianach w ten sposób, że na dokumencie faktury umieścił dodatkową adnotację, o treści: *Informujemy, że z dniem 1 stycznia 2010r. zmianie ulegnie oferta programowa Usługi Radia i Telewizji Kablowej (analogowej i cyfrowej). Na podstawie art. 60 a)ust. 1 ustawy z dnia 16 lipca 2004r. Prawo Telekomunikacyjne (Dz.U. z 2004r., Nr 171, poz. 1800 z późn. zm.), dalej ustawa, informujemy, iż w przypadku braku akceptacji nowej oferty programowej (w miejsce programów tematycznych nadawanych przez Grupę Polsat wprowadzone zostaną nowe, równie atrakcyjne programy), przysługuje Państwu prawo wypowiedzenia Umowy Abonenckiej łączącej Państwa z Multimedia Polska SA, w zakresie korzystania z Usług Radia i Telewizji Kablowej, z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia umowy, ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego, poprzez złożenie oświadczenia w formie pisemnej. W razie skorzystania z tego prawa przez Abonenta, Operatorowi nie będzie przysługiwać roszczenie odszkodowawcze, a także zwrot ulgi przyznanej Abonentowi, o której mowa jest w art. 57 ust. 8 ustawy. Więcej informacji o nowościach programowych uzyskacie Państwo wkrótce lub pod numerem 801 708 888.*
Wprawdzie Spółka, powołując się na przepis art. 60a ustawy Prawo telekomunikacyjne, przyznała abonentom prawo do wypowiedzenia umowy, w razie braku akceptacji zmian oferty, jednak nie sprecyzowała na czym konkretnie zmiana warunków umownych będzie polegała. W ocenie Prezesa Urzędu, przekazanie konsumentom jedynie bardzo ogólnych informacji nt. planowanych zmian, tak w zakresie programów wycofywanych z oferty, jak i nowych, proponowanych, które miały je zastąpić, w żadnym przypadku nie może zostać uznane za wypełnienie obowiązku informacyjnego przedsiębiorcy, określonego w art. 60a ustawy Prawo telekomunikacyjne, zgodnie z którym – jak zaznaczono wyżej - dostawca usług telekomunikacyjnych doręcza abonentowi, na piśmie, treść każdej proponowanej zmiany. Określenie użyte w notce informacyjnej o treści …(*w miejsce programów tematycznych nadawanych przez Grupę Polsat wprowadzone zostaną nowe, równie atrakcyjne programy)…,* nie spełnia wymogu informacji, która w sposób rzetelny i pełny przedstawiła abonentom faktyczny zakres mających nastąpić zmian oferty programowej. W rzeczywistości nie otrzymali oni bowiem ani pełnej informacji nt. programów wycofywanych, ani też nt. programów które zostaną wprowadzone do oferty. Z tych też powodów, zdaniem Prezesa Urzędu, abonenci nie mogli również podjąć racjonalnej decyzji o tym, czy akceptują proponowane zmiany, czy też nie, i składają wypowiedzenie umowy, bowiem w oparciu o przekazane informacje, nie potrafili oni właściwie ocenić, czy zmiany proponowane przez dostawę są dla nich na tyle korzystne, atrakcyjne, że świadomie decydują się na kontynuowanie umowy.
Prezes Urzędu całkowicie przy tym podziela zasadność stanowiska Urzędu Komunikacji Elektronicznej zawartego w wydanej opinii, że skoro w art. 60 a ust. 1 pkt 1 ustawy Prawo

telekomunikacyjne *jest mowa o treści każdej proponowanej zmiany warunków, to zmiany te muszą być wskazane zarówno w zakresie programów telewizyjnych wycofywanych jak i programów telewizyjnych wprowadzanych do oferty programowej. Bez tej podstawowej wiedzy abonent nie jest w stanie podjąć decyzji o zaakceptowaniu zmian warunków umowy bądź o wypowiedzeniu umowy w przypadku braku akceptacji tych zmian.*
W grudniu 2009r. Spółka przekazała abonentom dodatkowe informacje uzupełniające i wskazała programy, które zostaną wycofane z oferty, jak i te które zostaną do niej wprowadzone. Informacje te jednak – zdaniem Prezesa UOKiK - nie zostały dostarczone abonentom w odpowiednim czasie, określonym w przepisie ww. art. 60 a, czyli z wyprzedzeniem jednego okresu rozliczeniowego/jednego miesiąca, przed dokonaniem tych zmian. Ponadto przesyłane ulotki wprawdzie miały formę pisemną, ale nie były adresowane do konkretnego abonenta.
W ocenie Prezesa Urzędu, stan faktyczny sprawy wskazuje, że abonenci MULTIMEDIA otrzymali pełną informację o planowanych zmianach warunków umownych dopiero w grudniu 2009r. i dopiero od tego momentu winien być liczony, ustawowo określony, bieg terminu, który konsumenci winni mieć zagwarantowany na podjęcie decyzji, o tym czy rezygnują z usług operatora uznając propozycje oferenta za niesatysfakcjonujące, czy też akceptują zmiany przedstawione przez dostawcę usług. Tymczasem nawet jeśli nie akceptowali oni nowych warunków umownych i decydowali się na złożenie wypowiedzenia, to wówczas rozwiązanie umowy mogło nastąpić dopiero z dniem 31 stycznia 2010r., czyli już po dokonaniu zmian przez operatora.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu uznał, że analizowane działania przedsiębiorcy były bezprawne, niezgodnie z przepisem art. 60 a ustawy Prawo telekomunikacyjne. Postępując zgodnie z przepisami prawa, które przedsiębiorca winien stosować i respektować, Spółka MULTIMEDIA powinna była dostarczyć w listopadzie 2009r. pełne i wyczerpujące informacje nt. planowanych zmian, tak aby umożliwić swoim klientom/abonentom podjęcie świadomej decyzji o złożeniu wypowiedzenia umowy, skutecznego na dzień 31 grudnia 2009r., czyli przed dokonaniem zmiany warunków umowy, polegającej na zmianie oferty programowej, w przedmiotowym zakresie.

Ad c) Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje pojęcia „zbiorowego interesu konsumentów", wskazuje jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Naruszenie zbiorowego interesu 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.
Nie ulega wątpliwości, że działania przedsiębiorcy naruszają zbiorowe, a nie indywidualne interesy konsumentów, przede wszystkim z uwagi na zakres naruszenia. Praktyką zostało dotkniętych ok. 600 tysięcy konsumentów/abonentów, gdyż jak wskazał przedsiębiorca w piśmie z dnia 19 kwietnia 2010r. planowaną zmianą oferty programowej zostali objęci *..wszyscy abonenci Multimedia, na rzecz których Spółka świadczy usługę radia i telewizji kablowej.*
Wydając przedmiotowe rozstrzygnięcie Prezes Urzędu wyraża stanowisko, że akceptacja naruszenia prawa, w zakresie opisanym wyżej, mogłaby mieć w przyszłości negatywne skutki dla wszystkich klientów przedsiębiorcy, zarówno aktualnych jak i potencjalnych, jeżeli przedsiębiorca dojdzie do przekonania, że nie jest zobowiązany do terminowego po-

wiadamiania abonentów o planowanych zmianach warunków świadczenia usług, kiedy umożliwi i będzie respektował ich prawo do rezygnacji z usług, z tego tytułu.
W ocenie Prezesa UOKiK wszystkie, wymienione wyżej, ustawowe przesłanki z art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie [...] zostały spełnione. Przedsiębiorca, działając bezprawnie, naruszył interesy konsumentów, w szczególności ich prawo do otrzymania rzetelnych, prawdziwych i pełnych informacji, a także prawo do uzyskania informacji nt. planowanych zmian z wyprzedzeniem co najmniej jednego okresu rozliczeniowego.
Zdaniem Prezesa Urzędu fakt, iż jak wskazała Spółka w piśmie z dnia 19 kwietnia 2010r., *niektórzy Abonenci skorzystali z przyznanych im uprawnień i złożyli rezygnacje z usług radia i telewizji kablowej Multimedia, które zostały przyjęte bez naliczania kar umownych* nie dowodzi, że działania przedsiębiorcy nie naruszyły zbiorowych interesów konsumentów, bowiem respektowanie niektórych praw klientów, nie zwalnia przedsiębiorcy z wypełniania jego zobowiązań, wynikających z przepisów prawa, w tym przypadku art. 60 a Prawa telekomunikacyjnego. Ponadto rezygnację złożyła tylko pewna ilość konsumentów. Można przyjąć, że określona ich część nie odstąpiła od współpracy z operatorem, nawet jeśli uznała, że zmiany wprowadzone przez przedsiębiorcę, nie są na tyle atrakcyjne, aby kontynuować umowę.
W ocenie Prezesa Urzędu informowanie o prawie do odstąpienia od umowy wcześniej, niż udzielenie pełnych informacji nt. planowanych zmian programowych, mogło wprowadzić abonentów Spółki w błąd i zrodzić ich wątpliwość, czy w grudniu mieli nadal prawo do odstąpienia od umowy z tego tytułu, czy też nie.
Przedsiębiorca w piśmie z dnia 22 marca 2011r. podniósł argument nieprawidłowo dokonanej przez Polskę implementacji dyrektywy unijnej o usłudze powszechnej, w zakresie ochrony użytkowników końcowych. Wychodząc z tego założenia Spółka sformułowała wniosek, *że zgodnie z zasadą supremacji prawa wspólnotowego Spółka doręczając Abonentom w grudniu 2009 roku informację, o kanałach telewizyjnych, które zostaną wprowadzone do oferty operatora od dnia 1 stycznia 20010 roku* (w oryginale pisma 1 stycznia 2009roku) *nie miała obowiązku zastosować przepisu art. 60 a ustawy Prawo Telekomunikacyjne, tj. umożliwić Abonentom rozwiązanie ich umów abonenckich bez naliczania kar umownych…*., gdyż dokonana, z dniem 1 stycznia 2010r. zmiana oferty programowej była dla abonentów korzystna. Argumentacja ta jednak nie może się ostać, bowiem jak wynika ze zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego, przedsiębiorca rozsyłając do konsumentów informację o zmianie oferty programowej przyznał, że *w miejsce programów tematycznych nadawanych przez Grupę Polsat wprowadzone zostaną nowe, równie atrakcyjne programy,* czym sam potwierdza, że proponowana modyfikacja zawartości pakietu programów nie prowadzi do uzyskiwania przez odbiorców usług jakichkolwiek korzyści, ale że będą oni mieli zagwarantowaną możliwość dostępu do kanałów o co najwyżej porównywalnej atrakcyjności. Uznać więc należało, że dopiero na użytek prowadzonego przez Prezesa UOKiK postępowania Spółka wysnuła taki wniosek, który jako oczywiście nieprawdziwy nie mógł zostać uwzględniony.

II. Zaniechanie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Na podstawie art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w przypadku zaniechania stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ustawy o ochronie […], Prezes Urzędu wydaje decyzję o

uznaniu przedmiotowej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jednocześnie stwierdzając zaniechania jej stosowania.
Jak wynika z okoliczności sprawy, Spółka zaniechała stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Co prawda, zmiana oferty programowej nastąpiła z dniem 1 stycznia 2010r., tym niemniej za datę zaniechania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów przyjąć należało dzień 1 lutego 2010r. Z tym bowiem dniem wypełniona została dyspozycja art. 60 a Prawa telekomunikacyjnego tj. upływał czas jednego okresu rozliczeniowego (jednego miesiąca) na wprowadzenie zmian warunków umownych, o których abonenci MULTIMEDIA zostali ostatecznie rzetelnie powiadomieni w grudniu 2009r.

Mając na uwadze stan faktyczny sprawy, Prezes UOKiK orzeka, jak w **pkt I** sentencji niniejszej decyzji.

III. Nałożenie kary pieniężnej.

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie […], Prezes Urzędu może w drodze decyzji nałożyć na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia celowo, czy też nieumyślnie. Stosownie do art. 111 ustawy o ochronie […] przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, w tym kar określonych w art. 106 tej ustawy, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.
W punkcie I niniejszej decyzji stwierdzono stosowanie przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.
Przepis art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie […] przewiduje możliwość nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary.
Przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2010r. wyniósł ….. zł, w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby w niniejszym przypadku zostać wymierzona, to ….. zł.
Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu dokonał w pierwszej kolejności oceny wagi stwierdzonego w niniejszej decyzji naruszenia, co ma bezpośredni wpływ na określenie wysokość kwoty bazowej kary, będącej odsetkiem uzyskanego przez ww. przedsiębiorców w 2010 roku przychodu.

Oceniając wagę stosowanej praktyki Prezes UOKiK wziął pod uwagę okoliczność, że opisana praktyka związana jest z ograniczeniem przez Spółkę własnym klientom/abonentom ich praw wynikających z mocy ustawy Prawo telekomunikacyjne. Dodatkowo uznano, że do naruszenia doszło na etapie wykonania kontraktu, a istotą zachowania przedsiębiorcy, jest wykorzystanie posiadanej przewagi kontraktowej i zniekształcenie praw pozostałych stron kontraktu/umowy.

Przy ustalaniu wysokości kary Prezes Urzędu wziął również pod uwagę okoliczność, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia przepisów ustawy o ochronie […], w zakresie będącym przedmiotem niniejszej decyzji, po raz pierwszy, a także że praktyka trwała ok. 3 miesięcy.

Ponadto, jak wskazano wcześniej, sankcja w postaci nałożenia kary może być na przedsiębiorcę nałożona niezależnie od tego, czy dopuścił się on naruszenia umyślnie, czy też nieumyślnie.
Zdaniem Prezesa Urzędu przedsiębiorca, prowadząc działalność gospodarczą i ofertując swoje produkty klientom, powinien dochować należytej staranności, zapewniając zgodność swoich działań z obowiązującymi przepisami prawa, w tym z podstawowym aktem prawnym regulującym obowiązki dostawy usług telekomunikacyjnych względem abonentów/konsumentów, tj. ustawą Prawo telekomunikacyjne. Tym niemniej, rozpatrując przedmiotową sprawę Prezes Urzędu uznał, iż w oparciu o zgromadzone dowody, brak jest podstaw do stwierdzenia, że działanie Spółki MULTIMEDIA miało charakter umyślny, a wolą przedsiębiorcy było naruszenie interesów konsumentów/abonentów.
Praktyka orzeczona w pkt I sentencji decyzji polega na naruszeniu obowiązku udzielenia konsumentom w odpowiednim czasie pełnych i rzetelnych informacji o planowanych zmianach programowych. Jak wykazano wyżej, przedsiębiorca, działał w sprzeczności z przepisami ustawy Prawo telekomunikacyjne, w szczególności z art. 60 a tej ustawy, nie informując należycie konsumentów, w terminie określonym w tym przepisie, o planowanych zmianach warunków świadczenia usług. Z tych też powodów, Prezes Urzędu ustalił za rozpatrywane naruszenie kwotę bazową, będącą podstawą do dalszych przeliczeń kary, na poziomie ….% przychodu osiągniętego przez MULTIMEDIA w 2010r., tj. …. zł.
Prezes Urzędu dodatkowo rozważył, czy w sprawie zaistniały okoliczności łagodzące bądź obciążające i czy ze względu na ich wystąpienie uzasadniona jest modyfikacja ustalonej kwoty bazowej.
Zdaniem Prezesa Urzędu, w niniejszej sprawie nie występują okoliczności obciążające, które uzasadniałyby dodatkowe zwiększenie ustalonej kwoty bazowej kary.
Natomiast za okoliczność łagodzącą Prezes Urzędu uznał zaniechanie stosowania zarzucanej praktyki, a także i to, że przedsiębiorca respektował prawo tych konsumentów, którzy złożyli rezygnację z usług radia i telewizji kablowej i rozpatrywał je pozytywnie, bez naliczania kar umownych. W ocenie Prezesa Urzędu, okoliczność ta przemawia za obniżeniem wysokości kwoty bazowej odpowiednio o …% tj. do kwoty …. zł.
Mając na uwadze powyższe, kara za naruszenie zakazu stosowania praktyki określonej w pkt I sentencji decyzji ustalona została w wysokości 208.254 zł, co stanowi ok. ….% przychodu przedsiębiorcy w 2010r. oraz ok. …..% maksymalnego wymiaru kary.

W ocenie Prezesa Urzędu kara wymierzona za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie […]. Prezes Urzędu, kierując się potrzebą zdecydowanego przeciwdziałania stosowaniu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów uznał, że orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania. W tym przypadku kara powinna spełnić jednak przede wszystkim funkcję prewencyjną i wychowawczą, tak aby zapobiec w przyszłości naruszeniom przepisów ustawy o ochronie […]. Wobec powyższego orzeczono jak w **pkt II** sentencji decyzji.

Koszty postępowania.

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Niniejsze postępowanie w

sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie I sentencji decyzji. Prezes Urzędu uznał, że przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną. W związku z powyższym postanowiono przedsiębiorcę obciążyć kosztami postępowania w wysokości 26,25 zł (słownie: dwadzieścia sześć złotych 25/100).

Mając na uwadze powyższe, orzeka się jak w **pkt III** sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji […] karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie:

NBP O/O WARSZAWA 51101010100078782231000000.

Na podstawie art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jedn. Dz.U. z 2000r. Nr 98, poz. 1071 ze zm.) w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wyznaczył stronie termin 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na uiszczenie kosztów niniejszego postępowania w wysokości 26,25 zł. Powyższą kwotę należy wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie:

NBP O/O WARSZAWA 511010101000787822 31000000.

Stosownie do treści art. 81 ust 1 ustawy o ochronie […], w związku z art. 479^{28} § 2 k.p.c., od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie III sentencji niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479^{32} § 1 i § 2 Kpc, należy wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Roman Jarząbek
Dyrektor Delegatury UOKiK w Gdańsku