PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA UOKIK W GDAŃSKU

RGD.61-46/05/06/MLM

Gdańsk, dnia 26 lipca 2006r.

DECYZJA nr RGD.17/2006

Na podstawie art. 23c ust. 1, w związku z art. 23a ust. 1, ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz.U. z 2005r. Nr 244, poz. 2080) oraz stosownie do treści art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 18, poz. 172 ze zmianami), w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu, przeciwko **MULTIMEDIA POLSKA S.A. Z SIEDZIBĄ W GDYNI**, uznaje się, iż działania skarżonego przedsiębiorcy polegające na wprowadzeniu, z dniem 1 lipca 2005r., podwyżki opłat za usługi telewizji kablowej (Pakiet Rodzinny i Pakiet Komfort), z uchybieniem ustawowego terminu powiadomienia abonentów o planowanych zmianach cen, określonego w art. 61 ust. 5 ustawy z dnia 16 lipca 2004r. Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. Nr 171, poz. 1800 ze zmianami), stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.

UZASADNIENIE

W dniu 6 maja 2005r. Delegatura Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku otrzymała pismo reklamacyjne Pani Małgorzaty Lindstet, kierowane do Spółki MULTIMEDIA Polska S.A. (zwanej dalej zamiennie MULTIMEDIA, Spółką, Spółką MULTIMEDIA lub operatorem), w sprawie nieuzasadnionego – w jej ocenie - wzrostu opłaty abonamentowej za usługi dostępu do Internetu. Z treści pisma konsumentki wynikało, iż operator, z dniem 1 marca 2005r., dokonał zmiany opłaty abonamentowej, bez zachowania właściwej formy powiadomienia abonentów o planowanej zmianie. Przedsiębiorca, odpowiadając pismem z dnia 20 maja 2005r. na wystąpienie organu antymonopolowego wyjaśnił, iż *„w wyniku leżącego po naszej stronie niedopatrzenia, informacja o zmianie kwoty abonamentu dotarła do abonentki z opóźnieniem w pełni uzasadniającym jej roszczenia, w związku z czym niezwłocznie dokonamy na jej konto bankowe zwrotu nadpłaconej kwoty wraz z należnymi odsetkami".*

80-824 GDAŃSK, UL. PODWALE PRZEDMIEJSKIE 30
TEL./FAX (058) 346-29-32, 346-29-33, 301-51-75
E-MAIL: GDANSK@UOKIK.GOV.PL

W dniu 15 czerwca 2005r. konsumentka przekazała do wiadomości Urzędu kolejne pismo kierowane do MULTIMEDIA, dotyczące m.in. ponownego, tj. od miesiąca lipca 2005r., wzrostu opłat abonamentowych, bez zachowania właściwej formy powiadomienia odbiorców usług o planowanej podwyżce. Odpowiedzią na nie było pismo operatora wysłane na adres poczty elektronicznej konsumentki, którego kopię , w dniu 22 czerwca 2005r., przekazano do Delegatury UOKiK w Gdańsku. Ustosunkowując się do złożonej reklamacji, Spółka nie tylko przyznała, iż Pani Małgorzata Lindstet ma *„rację w kwestii terminu dostarczenia informacji o lipcowej zmianie cen",* ale także zaproponowała, jako rekompensatę, *„iż do końca roku 2005, będziemy świadczyć Pani usługi po cenie obowiązującej obecnie, tj. w miesiącu czerwcu 2005r."*

Mając na uwadze okoliczność, że kolejny sygnał otrzymany od tego samego abonenta mógł świadczyć, że zwłoka w powiadamianiu konsumentów o terminach wprowadzanych podwyżek nie była przypadkiem incydentalnym, ale był to przykład stałej praktyki operatora telewizji kablowej z kontaktach z odbiorcami usług, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwany dalej Prezesem Urzędu lub organem antymonopolowym, w dniu 23 czerwca 2005r., wystąpił ponownie do Spółki MULTIMEDIA, z wezwaniem o złożenie szczególnych wyjaśnień w sprawie.

W odpowiedzi Spółka wyjaśniła, co następuje:

- *„Pierwszą informację na temat podwyżki abonamentu w związku z planowanym przez ustawodawcę w roku 2005 wprowadzeniem 22% stawki podatku VAT na usługi dostępu do Internetu, Multimedia Polska przekazał swoim abonentom już na przełomie 2004 i 2005r., tj. prawie na trzy miesiące przed oczekiwanym terminem wprowadzenia zmian."*
- *„W liście do abonentów informowaliśmy ich, iż od dnia zmiany, obowiązującej w tym czasie stawki zwolnionej, na stawkę podatku VAT w wysokości stawki podstawowej, a więc w przypadku naszego kraju 22%, zmuszeni będziemy do wprowadzenia podwyżki abonamentu uwzględniającej tę zmianę."*
- *„Kolportaż listów z informacją o podwyżce abonamentu TVK planowanej na miesiąc lipiec 2005r. miał miejsce w dniach 18-31 maja 2005r. – w ostatnich dniach maja przesyłki dostarczane były abonentom, którym dostarczenie ich nie było możliwe wcześniej."*
- *„Ilość abonentów objętych podwyżką marcową wynosi 59.527 osób w 39 miastach na terenie całego kraju."*
- *„… podwyżka lipcowa dotyczy 233.887 osób w 65 miastach."*

Dodatkowo, pismem z dnia 6 września 2005r., Spółka wyjaśniła, iż;

- podwyżka dokonana z dniem 1 marca 2005r. dotyczyła tylko usług dostępu do Internetu, zawiadomienia do abonentów były kolportowane w dniach od 5 do 15 marca 2005r.,
- podwyżka lipcowa dotyczyła usług dostarczania sygnału RTV, Pakiet Rodzinny i Pakiet Komfort. Pismo informujące o tej podwyżce, kierowane do ok. 28 tysięcy abonentów, zostało wysyłane w dniach 30-31 maja 2005r.

Ponadto, na wezwanie Urzędu Spółka dostarczyła Regulamin Świadczenia Usług Radia i Telewizji Kablowej, obowiązujący w dacie dokonania podwyżki lipcowej.

Mając na uwadze poczynione ustalenia, Prezes Urzędu postanowił o wszczęciu, z dniem 10 października 2005r., z urzędu, przeciwko przedsiębiorcy MULTIMEDIA Polska S.A. z siedzibą w Gdyni, postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na bezprawnym wprowadzeniu z dniem 1 lipca 2005r. podwyżki opłat abonamentowych za usługi telewizji kablowej (pakiet Rodzinny i Pakiet Komfort) z naruszeniem terminu określonego w § 11 ust. 3 Regulaminu Świadczenia Usług Radia i Telewizji Kablowej, obowiązującego wówczas i będącego integralną częścią Umowy Abonenckiej, co mogłoby stanowić naruszenie art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Postanowieniem nr 345 z dnia 10 października 2005r. organ antymonopolowy zaliczył w poczet dowodów akta sprawy o sygnaturze RGD.051-67/05/MLM, prowadzonej w związku z reklamacjami składanymi przez Panią Małgorzatę Lindstet.

Ustosunkowując się do postawionego zarzutu Spółka, pismem z dnia 26 października 2005r., wskazała na następujące okoliczności:

- *„Istotnie […] do pewnej części abonentów informacja o planowanej na lipiec 2005r. podwyżce wysokości abonamentu wysłana została w dniach 30-31 maja 2005. – jednakże, nie zgadzamy się z tezą, że jest to równoznaczne z naruszeniem zapisu art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie z informacją dostępną na stronie Internetowej UOKiK, z naruszeniem zbiorowych interesów konsumentów mamy do czynienia wówczas gdy bezprawna praktyka przedsiębiorcy dotyka nieograniczonej liczby osób – to znaczy potencjalnie każdy może zostać przez nią poszkodowany. Tak więc zbiorowych interesów konsumentów nie będzie naruszać na przykład błędne naliczenie rozmów na rachunku telefonicznym bądź niejasne sformułowanie w konkretnej umowie – są to sprawy indywidualne. Natomiast z naruszeniem zbiorowych interesów konsumentów będziemy mieli do czynienia w przypadku takiego skonstruowania systemu obsługi klienta, które w praktyce uniemożliwi reklamowanie kwestionowanego rachunku lub stosowanie w umowach ze wszystkimi konsumentami wzorców zawierających niedozwolone postanowienie umowne.*"
- Obowiązujący w MULTIMEDIA system obsługi klienta umożliwia skuteczne złożenie reklamacji *„a uzasadnione reklamacje klientów dotyczące terminu powiadamiania o planowanej podwyżce rozpatrywane są na ich korzyść.*"
- *„Jest sprawą oczywistą, że prowadząc zakrojona na tak szeroką skalę działania jak to robi Multimedia Polska, nie da się uniknąć sytuacji, w której po stronie klientów mnoga powstać uzasadnione roszczenia w stosunku do podmiotu oferującego im swoje usługi. Jednakże w takim wypadku gwarantujemy naszym abonentom możliwość skutecznego dochodzenia tego rodzaju roszczeń na drodze reklamacji, w ramach funkcjonującego w firmie systemu obsługi klienta.*"

Ponadto, pismem z dnia 19 kwietnia 2006r., Spółka przekazała informacje uzupełniające, które wskazują, że zawiadomienia do abonentów wysyłane były przesyłkami listowymi, zarówno poleconymi, jak i zwykłymi. Ustalono również, że do znacznej części abonentów informacje o podwyżce lipcowej przesyłane były w dniach od 1 do 10 czerwca 2005r.

W trakcie prowadzonego postępowania organ antymonopolowy wystąpił od Urzędu Komunikacji Elektronicznej o wyrażenie stanowiska m.in. w następujących kwestiach:

- czy Spółka MULTIMEDIA, działając jako operator telewizji kablowej, jest przedsiębiorcą telekomunikacyjnym w rozumieniu przepisów ustawy Prawo telekomunikacyjne i czy posiadała ten status również w 2005r.?,
- czy w odniesieniu do Spółki MULTIMEDIA przepis art. 59 i art. 61 ustawy Prawo telekomunikacyjne maja bezpośrednie zastosowanie?

W odpowiedzi z dnia 2 czerwca 2006r. Urząd Komunikacji Elektronicznej, wskazał m.in., iż:

- *„Spółka MULTIMEDIA Polska S.A. jest przedsiębiorcą telekomunikacyjnym w rozumienia przepisów ustawy z dnia 16 lipca 2004. Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. nr 171, poz. 1800 z późn. zm.). Prezes URTiP, w dniu 30.11. 2004r. dokonał wpisu ww. spółki do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych, wydając >Zaświadczenie o wpisie do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych< - nr 180 w rejestrze przedsiębiorców prowadzonym przez Prezesa URTiP, aktualnie przez Prezesa UKE – zatem MULTIMEDIA POLSKA S.A. była przedsiębiorcą telekomunikacyjnym także w 2005r."*
- *„W odniesieniu do działalności Spółki MULTIMEDIA „mają zastosowanie wprost przepisy art. 61 ust. 5 w zw. z art. 59 ust. 2 ustawy Prawo telekomunikacyjne."*
- Zgodnie ze stanowiskiem UKE powiadomienie abonentów na piśmie, o podwyższeniu cen usług telekomunikacyjnych, bez zachowania, wskazanego w art. 61 ustawy terminu*, „uznać należy za niezgodne z przepisami Pt."*

ORGAN ANTYMONOPOLOWY USTALIŁ, CO NASTĘPUJE:

1) W dniach od 18 maja do 10 czerwca 2005r. Spółka MULTIMEDIA przesyłała swoim abonentom powiadomienia informujące o zmianie, z dniem 1 lipca 2005r., wysokości opłat abonamentowych za usługi radia i telewizji kablowej w Pakiecie Rodzinnym (z 36,37 zł na 38,00 zł) i Pakiecie Komfort (z 44,99 zł na 46,99 zł).
2) Planowana podwyżka dotyczyła 233.887 abonentów z obszaru 65 miast.
3) Informacja o tej podwyżce została wysłana, w dniach od 30 maja do 10 czerwca 2005r. do około 28 tysięcy abonentów z terenu następujących miejscowości: Bemowo Piskie, Orzysz, Węgorzewo, Giżycko, Ruciane Nida, Ełk, Wysokie Mazowieckie, Augustów, Iława, Kętrzyn, Mrągowo, Gdynia, Darłowo, Sztum, Dzierzgoń, Malbork, Lublin, Zamość, Łęczna, Chełm, Biłgoraj, Rzeszów, Przeworsk, Kalisz, Kępno, Świebodzice, Wrocław, Płońsk, Przasnysz, Wyszków, Płock, Opoczno, Gorzów Wlkp., Łódź, Konstantynów Łódzki oraz Ozorów.
4) Spółka MULTIMEDIA jest przedsiębiorcą telekomunikacyjnym w rozumieniu przepisów ustawy Prawo telekomunikacyjne. Prezes Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty (aktualnie Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej) dokonał, w dniu 30 listopada 2004r., wpisu spółki do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych, pod

poz. 180, a także wydał stosowane *„Zaświadczenie o wpisie do rejestru przedsiębiorców telekomunikacyjnych"*.

5) Zgodnie z zapisem art. 61 ust. 5 ustawy Prawo telekomunikacyjne dostawca usług telekomunikacyjnych zobowiązany jest do powiadamiania abonentów o zmianie wysokości opłat z wyprzedzeniem co najmniej jednego okresu rozliczeniowego, przed wprowadzeniem tych zmian w życie.

6) Zapis § 11 pkt 3 obowiązującego w chwili dokonywania zmiany cen Regulaminu Świadczenia Usług Radia i Telewizji Kablowej przez Multimedia Polska Sp. z o.o. w Gdyni, przewidywał, że *„O zmianie **Oferty Usług Operatora**, Operator poinformuje Abonenta na piśmie oraz w Programie Planszowym (w Sieciach, w których jest on dostępny), z wyprzedzeniem jednego pełnego **Okresu Rozliczeniowego** wynikającego z Umowy Abonenckiej , z zastrzeżeniem ust. 6 (§ 11 pkt 6 - obowiązku, o którym mowa w ust. 3 nie wymaga: 1) zwiększenie ilości programów radiowych i telewizyjnych oferowanych w ramach danego Pakietu; 2) wprowadzenie Opłat za nowe, niedostępne dotychczas świadczenia.)."*

7) ***Oferta Usług Operatora***, zgodnie z definicją zawarta w § 2 pkt 11 ww. regulaminu, to: *„będący integralną częścią Umowy Abonenckiej, odrębny dla każdego obszaru dokument zawierający Cennik oraz zestawienie dostępnych w sieciach programów radiowych i telewizyjnych z podziałem na Pakiety."*

8) Przez pojęcie ***Okres Rozliczeniowy*** rozumie się *„wynikający z Umowy Abonenckiej przedział czasowy, liczony w pełnych miesiącach kalendarzowych, ustalony przez operatora w celu rozliczania, należnej od Abonenta Opłaty za Usługę Radia i Telewizji Kablowej"* (por. § 2 pkt 12 ww. regulaminu).

9) Regulamin Świadczenia Usług Radia i Telewizji Kablowej przez Multimedia Polska sp. z o.o., z siedzibą w Gdyni (obecnie MULTIMEDIA POLSKA S.A.) jest integralną częścią umowy abonenckiej (§ 2 pkt 22 ww. regulaminu).

10) Dane nt. terminu wysłanego powiadomienia o planowej podwyżce oraz rodzaju przesyłki przedstawione zostały w tabeli nr 1.

Tabela 1

Terminy wysyłki zawiadomień o planowanej podwyżce abonamentu wg regionów

REGION	DATA WYSYŁKI POWIADOMIENIA	LICZBA ABONENTÓW, DO KTÓRYCH INFORMACJA BYŁA WYSYŁANA LISTEM POLECONYM	LICZBA ABONENTÓW, DO KTÓRYCH INFORMACJA BYŁA WYSYŁANA LISTEM ZWYKŁYM	KOMUNIKAT NA KANALE INFORMACYJNYM	DATA UMIESZCZENIA I ZDJĘCIA KOMUNIKATU W PROGRAMIE PLANSZOWYM OPERATORA
Północno-Wschodni	31.05.905	671	-	Orzysz, Węgorzewo, Giżycko, Ruciane Nida, Ełk, Wysokie mazowieckie, Augustów, Iława, Kętrzyn, Mrągowo	31.05.05 – 30.06.05
				Bemowo Piskie	brak danych
		-	-	Łomża, Olsztyn, Ostróda	30.06.05-31.07.05
Północny	31.05.05	154	1.183	Gdynia	10.06.05-15.07.05
				Darłowo	1.06.05-31.12.05
				Sztum Dzierzgoń Malbork	1.06.05-31.07.06
Północo-	1-4.06.05	14.191	-	Barlinek	Do dnia 19.04.06. brak

Zachodni					informacji kiedy komunikat został umieszczony na kanale informacyjnym
				Gorzów Wlkp.	Brak informacji od kiedy komunikat był zamieszczony na kanale - zdjęty na przełomie stycznia i lutego 2006r.
				Szczecin, Stargard Szczeciński, Międzyrzec, Drezdenko	Brak danych
		-	-	Dębno Lubuskie	Od czerwca do 31.08.05
Południowo-Wschodni	31.05.05	1.516	-	Lublin, Zamość, Łęczna, Chełm, Biłgoraj, Rzeszów, Przeworsk	Nie zamieszczono komunikatu na kanale informacyjnym
Południowo Zachodni	30-31.05.05 2-10.06.05	5.731	97	Kępno, Świebodzice, Wrocław, Kalisz	Nie zamieszczono komunikatu na kanale informacyjnym
Centralny	30-31.05.05	4.966	-	Płock, Przasnysz, Wyszków	Przez miesiąc czerwiec 2005r.
				Płońsk, Konstantynów Łódzki, Ozorków, Opoczno	Brak danych
RAZEM		**27.199**	**1.280**		

Na podstawie uzyskanych danych ustalono, że informacja o podwyżce opłat abonamentowych wchodzącej w życie dniem 1 lipca 2005r., została wysłana w dniach 30 maja - 10 czerwca 2005r. do 28.479 abonentów, z czego do 14.191 abonentów powiadomienia zostały wysłane w dniach 30-31 maja 2005r., natomiast do 14.288 abonentów w dniach 1-10 czerwca 2005r.

ORGAN ANTYMONOPOLOWY ZWAŻYŁ, CO NASTĘPUJE:

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów (art. 1 ust. 1).

Zgodnie z treścią art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji [...] *„Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów."*

Dla orzeczenia, że konkretne zachowanie rynkowe przedsiębiorcy stanowi przejaw stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest wykazanie i udowodnienie, że podejmowane przez tego przedsiębiorcę działanie:

- ujawnia się w obrocie konsumenckim, a więc w relacjach pomiędzy podmiotem posiadającym przymiot przedsiębiorcy a konsumentami,
- nie odnosi się do indywidualnych przypadków, ale charakteryzuje stan relacji zawieranych z pewną zbiorowością konsumentów,
- jest bezprawne,
- godzi w interesy konsumentów.

Spółka MULTIMEDIA, działając w formie spółki akcyjnej jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust.1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Ponadto świadcząc

usługi telewizji kablowej, MULTIMEDIA jest równocześnie przedsiębiorcą telekomunikacyjnym.

Stosownie do przepisu art. 4 pkt 11 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów *„ilekroć w ustawie jest mowa o konsumencie, należy przez to rozumieć konsumenta w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. – Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93, z późn. zm.)"*. Zgodnie z przepisem art. 22^1 K.c. *„za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej nie związanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową"*. Nie ulega więc wątpliwości, że indywidualni abonenci spółki są konsumentami.

W przedmiotowej sprawie Spółce MULTIMEDIA postawiono zarzut podejmowania działań noszących znamiona praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na wprowadzeniu, z dniem 1 lipca 2005r., podwyżki opłat abonamentowych za usługi telewizji kablowej (Pakiet Rodzinny i Pakiet Komfort) z naruszeniem, określonych prawem, terminów wcześniejszego informowania odbiorców o mających nastąpić zmianach wysokości opłat.

Nie ulega wątpliwości, że zakwestionowane przez organ antymonopolowy działania przedsiębiorcy ujawniały się w obrocie konsumenckim, na etapie wykonania zawartych z abonentami (konsumentami) umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Dla udowodnienia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów nie jest wymagane wykazanie, że przedsiębiorca je stosujący zajmuje szczególną, kwalifikowaną (dominującą) pozycję na rynku. Źródłem tego rodzaju praktyk nie jest bowiem jedynie siła ekonomiczna i władza rynkowa profesjonalisty, ale jego przewaga nad nieprofesjonalnymi uczestnikami obrotu. Jak podkreśla się w literaturze przedmiotu[1] *„…w obrocie z udziałem konsumentów deficyt informacji zachodzący po stronie konsumenta i mający źródło w zachowaniu jego partnera jest przesłanką, a zarazem przejawem nierównorzędnej pozycji obu stron."* …. *„Cechą charakterystyczną stosunku profesjonalista-laik jest brak równowagi stron. Profesjonalista ma z założenia pozycję dominującą"*. Jeśli relacje nawiązywane, czy realizowane w obrocie konsumenckim, charakteryzują się pewną wspólną cechą, to występowanie takiego właśnie wyróżnika w stosunkach danego rodzaju wskazuje, że – w danej, konkretnej sprawie – mamy do czynienia ze zbiorowym interesem konsumentów. Może on zostać naruszony również i w tych sytuacjach, gdy kwestionowanymi działaniami przedsiębiorcy dotknięci są nie tylko aktualni, ale również potencjalni jego klienci, do których jest adresowana oferta handlowa przedsiębiorcy.

Z kolei bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, czy dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Jako *„sprzeczne z prawem"* należy kwalifikować zachowania niezgodne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych. *„Sprzeczne z prawem"* są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie

[1] E. Łętowska, Prawo umów konsumenckich, C.H. Beck, 2002, wyd. 2, s. 216 -217

cywilnym lub prawie administracyjnym. Dla ustalenia bezprawności działania przedsiębiorcy wystarczy ustalenie, że jego określone zachowanie koliduje z przepisami prawa (*por. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz pod redakcją Janusza Szwaji, Urząd Antymonopolowy, Warszawa 1994, s. 38-39*).

W ocenie organu antymonopolowego, opisane wcześniej działania Spółki będące przedmiotem niniejszego postępowania wyczerpują przesłankę bezprawności, bowiem sprzeczne są zarówno z obowiązującymi przepisami prawa telekomunikacyjnego jak i z postanowieniami umowy zawartej przez Spółkę MULTIMEDIA z jej kontrahentami i regulaminu, który jest integralną częścią takiej umowy.

Ustawa Prawo telekomunikacyjne określa m.in. zarówno zasady wykonywania działalności telekomunikacyjnej, jak i prawa i obowiązki przedsiębiorców telekomunikacyjnych. Zgodnie z zapisem art. 61 ust. 5 tej ustawy, jak i z treścią § 11 pkt 3 *„Regulaminu Swiadczenia Usług Radia i Telewizji Kablowej przez Multimedia Polska Sp. z o.o. w Gdyni",* będącego w tym zakresie odzwierciedleniem przepisów Prawa telekomunikacyjnego, operator zobowiązany był poinformować abonentów, na piśmie, o zmianie oferty usług, w tym o zmianie wysokości opłat abonamentowych z wyprzedzeniem jednego pełnego okresu rozliczeniowego, przy czym przez okres rozliczeniowy rozumie się *„wynikający z Umowy Abonenckiej przedział czasowy, liczony w pełnych miesiącach kalendarzowych, ustalony przez operatora w celu rozliczania, należnej od Abonenta Opłaty za Usługę Radia i Telewizji kablowej* (por. § 2 pkt 12 ww. regulaminu). Wynika z tego wprost, że operator planując zmianę oferty usług (cen), z dniem 1 lipca 2005r., zobowiązany był do przesłania abonentom stosowanych informacji z wyprzedzeniem jednego pełnego okresu rozliczeniowego. Obowiązany był tym samy do poinformowania abonentów o zamiarze zmiany wysokości opłat np. z miesięcznym wyprzedzeniem, w przypadku gdy okres rozliczeniowy wynosił 1 miesiąc.

Tymczasem, do znacznej, bo liczącej ok. 14 tys. rzeszy abonentów, informacja o planowanej podwyżce była wysyłana dopiero w dniach 30-31 maja 2005r., tym samym nie było możliwym, aby abonenci ci otrzymali korespondencję, a także i rzetelną informację o zakładanej zmianie cen, jeszcze w maju, czyli z wyprzedzeniem jednego okresu rozliczeniowego, jak to stanowią ww. regulacje. Sama Spółka, w odpowiedzi na reklamację złożoną przez Panią Lindstet, do której pismo powiadamiające o podwyżce opłat zostało wysłane w dniu 31 maja 2005r., przyznała, że informacja została przekazana po terminie i uznała złożoną reklamację za zasadną. Dodatkowo, do następnej grupy stanowiącej kolejne ok. 14 tysięcy abonentów informacja o podwyżce przesyłana była w dniach od 1 do 10 czerwca 2005r.

Tym samym uznać należy, iż nie zostali oni skutecznie poinformowani o planowanej zmianie cen za usługi Spółki, w terminie określonym ustawą, jak i przez samego operatora. Masowa skala kwestionowanych przez organ antymonopolowy działań, dotykających znaczne rzesze odbiorców usług, których nawet sama Spółka MULTIMEDIA nie potrafiła ani zindywidualizować, ani zidentyfikować, wskazuje, że w przedmiotowej sprawie z pewnością nie mamy do czynienia z sumą indywidualnych interesów. Kumulatywny efekt tych zachowań jest dowodem wskazującym – bez żadnych wątpliwości – na fakt, że Spółka realizuje politykę informacyjną w zakresie wprowadzania nowych wysokości opłat w sprzeczności z obowiązującym prawem nie tylko nie licząc się z interesem zbiorowości, jaką stanowią jej kontrahenci, ale interes ten naruszając.

Pomiędzy dokonaniem zawiadomienia a zmianą warunków umownych musi upłynąć pełen okres rozliczeniowy, przyjęty w stosunkach z abonentem. Jeżeli zatem zmiana była dokonana w trakcie okresu rozliczeniowego, to zawiadomienie – zgodnie z art. 61 ust. 5 ustawy Prawo telekomunikacyjne – powinno być dokonane przed rozpoczęciem okresu rozliczeniowego poprzedzającego okres rozliczeniowy, w którym zmiana cennika wejdzie w życie. Jak podkreśla się w literaturze przedmiotu[2] *„zakres obowiązku informacyjnego w stosunku do abonenta należy ustalać z uwzględnieniem celu tego przepisu. Cel ten polega na uprzedzeniu konsumenta o zmianie warunków świadczenia usługi, tak aby mógł podjąć decyzję co do dalszego korzystania z usług na zmienionych warunkach. Nie wystarczy zatem samo przesłanie cennika, ale należy zwrócić uwagę abonenta na fakt podwyższenia cen. […] Niezależnie jednak od postanowień umowy dotyczących tych spraw, ustawa nakłada na dostawcę obowiązek dokonania odpowiedniego zawiadomienia. Obowiązku tego nie można wyłączyć w umowie"*. Ustalenia dokonane w trakcie prowadzenia niniejszego postępowania w sposób jednoznaczny wskazują, że polityka informowania konsumentów o planowanej na lipiec 2005r. podwyżce opłat abonamentowych, adresowana do odbiorców jako pewnej zbiorowości, realizowana była z naruszeniem obowiązku odpowiednio wczesnego uprzedzania o planowanych w tym zakresie zmianach.

Spółka wprowadzając nowe, wyższe opłaty, z uchybieniem ustawowego terminu, nie tylko działała bezprawnie, ale naraziła w ten sposób swoich abonentów na wymierne straty finansowe, wymuszając na nich wcześniej, niż dopuszcza to prawo, spełnienie obowiązku zapłacenia wyższej ceny za nabywane usługi. Nie ulega więc kwestii, że interes ekonomiczny konsumentów, wskutek kwestionowanych zachowań rynkowych operatora mających charakter masowy, doznał w tej sytuacji uszczerbku.

Wprawdzie – zgodnie z przepisami Prawa telekomunikacyjnego, jak i Regulaminem Świadczenia Usług Telewizji Kablowej – klient, który nie akceptuje nowych warunków umownych, ma prawo do odstąpienia od umowy, jednak uprawnienie tego rodzaju przysługuje każdemu kontrahentowi Spółki, w dowolnym czasie trwania stosunku umownego, bez względu na to, czy powodem odstąpienia lub rozwiązania umowy są zmiany opłat abonamentowych, czy też inne przyczyny. Ponadto, zagwarantowane konsumentom prawo do rezygnacji z umowy w żadnym wypadku nie zwalnia przedsiębiorcy z obowiązku, by działał on w zgodzie z innymi przepisami prawa. Akceptacja odmiennego stanowiska nie tylko mogłaby stworzyć przedsiębiorcom złudne wyobrażenie co do zakresu ich powinności względem konsumentów, wobec których – jeśli tylko mieliby oni możliwość odstąpienia od umowy – można byłoby, całkowicie legalnie, stosować czyny bezprawne, co w sposób oczywisty stałoby w sprzeczności z celami chronionymi ustawą antymonopolową.

Mając na uwadze poczynione rozważania uznać należało, że przesłanka o bezprawności działania przedsiębiorcy została udowodniona. Operator przekazując klientom informację o wzroście cen zobowiązany był postępować zgodnie z przepisami Prawa telekomunikacyjnego, jaki i zapisami obowiązującego w Spółce Regulaminu Świadczenia Usług Telewizji Kablowej. Jak wskazują na to jednoznacznie ustalenia poczynione w trakcie postępowania, Spółka MULTIMEDIA w zakresie realizowanych w praktyce zasad informowania konsumentów działała z naruszeniem tego obowiązku, a więc w sposób sprzeczny z prawem.

---

[2] S. Piątek, Prawo telekomunikacyjne. Komentarz, C.H. BECK, Warszawa 2005, s. 449.

Skutki tych zachowań godzą również w zbiorowe interesy konsumentów. Do wszystkich bowiem abonentów – tak obecnych, przyszłych, jak i potencjalnych – tworzących pewną z góry niedookreśloną zbiorowość adresowana jest polityka informacyjna Spółki, w tym również odnosząca się do zmian cen i opłat. Nieprzestrzeganie przy jej realizacji wymogów wynikających wprost z przepisów prawa doprowadziło do wystąpienia naruszeń o znacznych rozmiarach, uwidaczniających się na licznych rynkach lokalnych, na których działa operator. W ocenie organu antymonopolowego akceptacja dla takiego sposobu wywiązywania się z obowiązku informacyjnego mogłaby mieć w przyszłości negatywne skutki dla wszystkich klientów tego przedsiębiorcy, w szczególności wówczas, gdy operator przyjmując legalność swojego działania, uzna, iż nie jest zobowiązany do terminowego powiadamiania abonentów o planowanych zmianach warunków świadczenia usług, jeżeli tylko umożliwi i będzie respektował prawo konsumentów do odstąpienia, z tego tytułu, od umowy.

Mając na uwadze poczynione wyżej ustalenia i rozważania Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał, że wszystkie przesłanki z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zostały spełnione. Przedsiębiorca, działając bezprawnie, naruszył zbiorowe interesy ekonomiczne konsumentów, którzy zmuszeni zostali do zapłacenia wyższej ceny za usługi telewizji kablowej już w lipcu 2005r., pomimo poinformowania ich o zmianie cennika, bez zachowania wymogu wynikającego z art. 65 ust. 5 ustawy Prawo telekomunikacyjne.

Ponadto, zdaniem organu antymonopolowego, stanowisko Spółki reprezentowane w czasie trwania postępowania, jakoby jej działania nie naruszały zbiorowych interesów konsumentów, bowiem *„uzasadnione reklamacje klientów dotyczące terminu powiadomienia o planowanej podwyżce rozpatrywane są na ich korzyść"*, nie zasługuje na uwzględnienie.

Przyjmowanie i rozpatrywanie reklamacji, nie zwalnia bowiem przedsiębiorcy z należytego wywiązywania się z nałożonego prawem obowiązku informacyjnego i stosowania takich zasad polityki informacyjnej wobec wszystkich odbiorców usług, aby praktyczna realizacja ich czyniła zadość tym wymogom. Nie odrzucając *a priori* argumentacji podniesionej przez Spółkę, *„że prowadząc zakrojoną na tak szeroka skalę działalność, jak robi to Multimedia Polska, nie da się uniknąć sytuacji, w których po stronie klientów mogą powstać uzasadnione roszczenia w stosunku do podmiotu oferującego im swoje usługi"*, nie sposób jednak akceptować sytuacji, w której negatywne skutki działań zawinionych przez Spółkę ponosić mają wyłącznie konsumenci. Jednocześnie, co wynika bezsprzecznie z ustaleń faktycznych sprawy, operator – mimo iż miał świadomość pozostawania w zwłoce z wysyłką powiadomień, jak również i tego, że okoliczność ta przesądza o naruszeniu obowiązku określonego w art. 61 ust. 5 ustawy Prawo telekomunikacyjne – nie poczynił żadnych działań mających na celu eliminację powstałych naruszeń, choćby w drodze przesunięcia terminu wprowadzenia podwyżek. W rezultacie ciężary zawinionego przez operatora *„niedopatrzenia"* w całości ponieśli konsumenci.

W tym stanie rzeczy orzeczono jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz.U. z 2003r. Nr 86, poz. 804 ze zmianami) w związku z art. 479^{28} § 2 K.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku.

Otrzymuje:

MULTIMEDIA Polska S.A.
ul. T. Wendy 7/9
81-341 Gdynia