



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Bydgoszcz, dnia 16 września 2020 r.

Znak sprawy: RBG.610.510.16.PD

DECYZJA nr RBG - 9/2020

I. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 i 1086), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, że UPC Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegające na:

1. informowaniu konsumentów będących stroną umów o świadczenie przez UPC Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie usług telekomunikacyjnych zawartych na czas nieokreślony oraz poza okresem zobowiązania promocyjnego:

- a) o jednostronnej zmianie warunków tych umów z dniem 1 marca 2015r. polegającej na podwyższeniu opłaty abonamentowej za usługę dostępu do sieci Internet o 7 zł brutto,
- b) o jednostronnej zmianie warunków tych umów z dniem 1 czerwca 2016r. i 1 lipca 2016r. (w zależności od terminu wysłania informacji) - w stosunku do konsumentów, którzy zawarli umowę do 31 maja 2015r. - polegającej na podwyższeniu opłaty abonamentowej za usługi telekomunikacyjne o kwotę od 3 do 8 zł brutto w zależności od zestawu usług, z którego korzystał konsument,

co mogło naruszać art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017r., poz. 2070) i w konsekwencji mogło stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076)

2. informowaniu konsumentów będących stroną umów o świadczenie przez UPC Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie usług telekomunikacyjnych zawartych na czas nieokreślony oraz poza okresem zobowiązania promocyjnego o jednostronnej zmianie *Ogólnych warunków umowy abonamentowej dla Abonentów indywidualnych* z dniem 1 grudnia 2015r., 1 stycznia 2016r., 1 lutego 2016r. i 1 marca 2016r. (w zależności od terminu wysłania informacji) polegającej na:

- a) wprowadzeniu (a w stosunku do konsumentów, którzy zawierali z UPC Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych od 1 czerwca 2015r. polegającej na zmianie) postanowienia umownego uprawniającego UPC Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie do podniesienia łącznej wysokości opłat abonamentowych, o następującej treści:



Dostawca usług jest uprawniony do podniesienia łącznej wysokości uiszczanych przez Abonenta miesięcznych opłat abonamentowych, nie częściej niż jeden raz w roku kalendarzowym i każdorazowo nie więcej niż o 8 zł. Uprawnienie to nie przysługuje w przypadku Umów Abonenckich zawartych na czas określony oraz w Okresie Zobowiązania. (§ 2 ust. 4 Ogólnych warunków umowy abonenckiej dla Abonentów indywidualnych),

mimo że w umowach o świadczenie usług telekomunikacyjnych nie zostały wskazane przesłanki umożliwiające dokonanie przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jednostronnego wprowadzenia postanowień umożliwiających podwyższenie opłaty abonamentowej w trakcie trwania umowy,

- b) zmianie postanowienia umownego regulującego procedurę zmiany przez UPC Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie *Umowy o świadczenie usług, Regulaminu świadczenia usług przez UPC Polska Sp. z o. o. i Cennika, o następującej treści:*

Z zastrzeżeniem zmian Umowy Abonenckiej dokonanej na wniosek Abonenta, zmian o których mowa w paragraf § 5 powyżej oraz w ust. 2 poniżej, Dostawca usług powiadamia Abonenta na piśmie o zmianie Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika z wyprzedzeniem co najmniej jednego miesiąca przed wprowadzeniem tych zmian w życie. O ile Abonent tego zażądał, Dostawca usług przesyła zawiadomienie wyłącznie w formie zwykłej wiadomości elektronicznej na wskazany przez Abonenta w tym celu adres poczty elektronicznej (§ 7 ust. 1 Ogólnych warunków umowy abonenckiej dla Abonentów indywidualnych),

mimo że w umowach o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz we wzorcach umów stanowiących integralną część tych umów nie zostały wskazane przesłanki umożliwiające dokonanie przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jednostronnej zmiany postanowienia regulującego procedurę zmiany przez UPC Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie *Umowy o świadczenie usług, Regulaminu świadczenia usług przez UPC Polska Sp. z o. o. i Cennika,*

co mogło naruszać art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o *przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz.U. z 2017r., poz. 2070) i w konsekwencji mogło stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o *ochronie konkurencji i konsumentów*

3. informowaniu konsumentów będących stroną umów o świadczenie przez UPC Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie usług telekomunikacyjnych zawartych na czas nieokreślony oraz poza okresem zobowiązania promocyjnego o jednostronnej zmianie *Regulaminu świadczenia usług przez UPC Polska Sp. z o. o.* z dniem 1 grudnia 2015r., 1 stycznia 2016r, 1 lutego 2016r i 1 marca 2016r. (w zależności od terminu wysłania informacji) polegającej na wprowadzeniu uprawnienia UPC Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie do dowolnego kształtowania zawartości programowej usługi telewizyjnej w drodze następujących zmian *Regulaminu świadczenia usług przez UPC Polska Sp. z o. o.:*

- zmianie dotychczasowej treści postanowienia § 2 pkt 14 na następującą:

16) Pakiet Taryfowy - określona w Cenniku Usługa, grupa Usług, Programów lub Kategorii Programów dostępnych na danym terenie, objęta jedną opłatą abonamentową;

- wprowadzeniu zapisu § 2 pkt 8 o następującej treści:

8) *Kategoria Programów - grupa Programów wyróżniona ze względu na ich profil tematyczny lub inne cechy, wskazana w Wykazie Programów;*

- wprowadzeniu postanowienia § 2 pkt 12 o następującej treści:

12) *Minimalna Liczba Programów - wskazana w Wykazie Programów minimalna liczba Programów w ramach danej Kategorii Programów;*

- wprowadzeniu zapisu § 2 pkt 36 o następującej treści:

36) *Wykaz Programów - załącznik do Umowy Abonenckiej opisujący poszczególne Kategorie Programów oraz Minimalną Liczbę Programów w ramach poszczególnych Kategorii Programów;*

mimo że w umowach o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz we wzorcach umów stanowiących integralną część tych umów nie zostały wskazane przesłanki umożliwiające dokonanie przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jednostronnego wprowadzenia postanowień umożliwiających dowolne kształtowanie zawartości usługi telewizyjnej,

co mogło naruszać art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017r., poz. 2070) i w konsekwencji mogło stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów

po zobowiązaniu się przez UPC Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie do podjęcia działań zmierzających do usunięcia skutków naruszeń, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na UPC Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie obowiązek wykonania zobowiązania do:

1.1. skierowania do konsumentów będących stroną umów o świadczenie przez UPC Polska Sp. z.o.o. z siedzibą w Warszawie usług telekomunikacyjnych zawartych na czas nieokreślony oraz poza okresem zobowiązania promocyjnego, którzy otrzymali ze strony UPC Polska Sp. z.o.o. z siedzibą w Warszawie informację o zmianie Ogólnych warunków umowy abonenckiej dla Abonentów indywidualnych (dalej: **OWU**) lub Regulaminu świadczenia usług przez UPC Polska Sp. z o.o. (dalej: **Regulaminu**) z dniem 1 grudnia 2015r., 1 stycznia 2016 r., 1 lutego 2016 r. i 1 marca 2016 r. (w zależności od terminu wysłania informacji), i nie wypowiedzieli umowy przed wskazanym przez UPC Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie terminem wprowadzenia następujących zmian:

- a) § 2 ust. 4 OWU w brzmieniu: „Dostawca usług jest uprawniony do podniesienia łącznej wysokości uiszczanych przez Abonenta miesięcznych opłat abonamentowych, nie częściej niż jeden raz w roku kalendarzowym i każdorazowo nie więcej niż o 8 zł. Uprawnienie to nie przysługuje w przypadku Umów Abonenckich zawartych na czas określony oraz w Okresie Zobowiązania” ,
- b) § 7 ust. 1 OWU w brzmieniu: „Z zastrzeżeniem zmian Umowy Abonenckiej dokonanej na wniosek Abonenta, zmian o których mowa w paragraf § 5 powyżej oraz w ust. 2 poniżej, Dostawca usług powiadamia Abonenta na piśmie o zmianie Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika z wyprzedzeniem co najmniej jednego miesiąca przed wprowadzeniem tych zmian w życie. O ile Abonent tego zażądał, Dostawca usług przesyła zawiadomienie wyłącznie w formie zwykłej wiadomości elektronicznej na wskazany przez Abonenta w tym celu adres poczty elektronicznej” ,

- c) § 2 pkt 8, 12, 16 i 36 Regulaminu w brzmieniu:
- „8) Kategoria Programów - grupa Programów wyróżniona ze względu na ich profil tematyczny lub inne cechy, wskazana w Wykazie Programów;
 - 12) Minimalna Liczba Programów - wskazana w Wykazie Programów minimalna liczba Programów w ramach danej Kategorii Programów;
 - 16) Pakiet Taryfowy - określona w Cenniku Usługa, grupa Usług, Programów lub Kategorii Programów dostępnych na danym terenie, objęta jedną opłatą abonamentową;
 - 36) Wykaz Programów - załącznik do Umowy Abonenckiej opisujący poszczególne Kategorie Programów oraz Minimalną Liczbę Programów w ramach poszczególnych Kategorii Programów”,

informacji, iż UPC Polska Sp. z.o.o. z siedzibą w Warszawie zobowiązuje się do niestosowania wobec tych konsumentów wskazanych wyżej zmienionych postanowień OWU i Regulaminu.

Powyższe zobowiązanie nie dotyczy konsumentów, których wskazane wyżej warunki umowy wiążą na innej podstawie, aniżeli skutek otrzymania od UPC Polska Sp. z.o.o. z siedzibą w Warszawie jednostronnej informacji o zmianie OWU lub Regulaminu.

Powyższe zobowiązanie oznacza, że:

- i. UPC Polska Sp. z. o.o. z siedzibą w Warszawie nie będzie wobec tych konsumentów dokonywać w przyszłości podwyżek cen usług telekomunikacyjnych na podstawie klauzuli § 2 ust. 4 OWU wprowadzonej do treści OWU z dniem 1 grudnia 2015 r., 1 stycznia 2016 r., 1 lutego 2016 r. lub 1 marca 2016 r.;
 - ii. UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nie będzie wobec tych konsumentów powoływać się w przyszłości na klauzulę § 7 ust. 1 OWU wprowadzoną do treści OWU z dniem 1 grudnia 2015 r., 1 stycznia 2016 r., 1 lutego 2016 r. lub 1 marca 2016 r.;
 - iii. UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nie będzie wobec tych konsumentów powoływać się w przyszłości na klauzule § 2 pkt 8, 12, 16 i 36 Regulaminu wprowadzone do treści Regulaminu z dniem 1 grudnia 2015 r., 1 stycznia 2016 r., 1 lutego 2016 r. lub 1 marca 2016 r.
- 1.2. **skierowania do konsumentów**, którzy opłacili co najmniej jedną fakturę za usługi telekomunikacyjne w związku ze:
- a) zmianą warunków umów abonenckich z dniem 1 marca 2015 r., polegającą na podwyższeniu opłaty abonamentowej za usługę dostępu do sieci Internet o 7 zł brutto,
 - b) zmianą warunków umów abonenckich z dniem 1 czerwca 2016 r. i 1 lipca 2016 r. (w zależności od terminu wystania informacji) - w stosunku do konsumentów, którzy zawarli umowę do 31 maja 2015 r. - polegającą na podwyższeniu opłaty abonamentowej za usługi telekomunikacyjne o kwotę od 3 do 8 zł brutto w zależności od zestawu usług, z którego korzystał konsument,
- informacji o możliwości przyznania tym konsumentom przysporzenia konsumentckiego opisanego w punkcie 2 zobowiązania.
- 1.3. **przekazania konsumentom** o których mowa w pkt 1.1-1.2 zobowiązania informacji, w następujący sposób:

- a) dla aktualnych abonentów - co najmniej na 2 sposoby spośród wskazanych niżej sposobów indywidualnie dedykowanej komunikacji:
 - i. drogą mailową (jeżeli UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie posiada adresy e-mailowe konsumentów),
 - ii. poprzez umieszczenie informacji na indywidualnym koncie abonenta w serwisie My UPC,
 - iii. przesyłką pocztową (jeżeli UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nie posiada adresów e-mailowych konsumentów),
 - iv. poprzez wiadomość SMS.
 - b) W formie komunikatu zamieszczonego na stronie internetowej UPC Polska Sp. z.o.o. z siedzibą w Warszawie, o którym mowa w pkt 4 zobowiązania - który to komunikat utrzymywany będzie na stronie internetowej UPC Polska Sp. z.o.o. z siedzibą w Warszawie przez okres 2 miesiące od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.
- 1.4. Termin realizacji przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie obowiązków informacyjnych określonych w pkt 1.1-1.3 zobowiązania wynosi 4 miesiące od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.
- 2. dokonania przysporzenia konsumenckiego** na rzecz konsumentów, o których mowa w pkt 1.2., którzy dokonają stosownego zgłoszenia do UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, w trybie opisanym w pkt 3 zobowiązania, na opisanych niżej warunkach:
- a) Konsument, o których mowa w pkt 5 2 zobowiązania, pozostający abonentami UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie na dzień wydania niniejszej decyzji, uprawnieni będą - poprzez zgłoszenie do UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie - do uzyskania przysporzenia produktowego, którego wysokość uzależniona będzie od łącznej wysokości abonamentu w części wynikającej z jego podwyższenia, zapłaconego przez konsumenta za okres korzystania z usług na warunkach wprowadzonych przez UPC Polska Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie z dniem 1 marca 2015 r., 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r. Wysokość ta ustalona zostanie na dzień dokonania przez konsumenta zgłoszenia, o którym mowa w pkt 3.1 zobowiązania poniżej, w sposób przedstawiony w poniższej Tabeli nr 1. Ostateczna propozycja przysporzenia produktowego będzie uzależniona od zakresu posiadanych przez konsumenta usług oraz będzie przedstawiana przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie konsumentowi po otrzymaniu zgłoszenia konsumenta dotyczącego uzyskania przysporzenia.

Tabela nr 1

Łączna wysokość abonamentu w części wynikającej z podwyższenia	Ilość opcji do wyboru	Rodzaj przysporzenia produktowego	Usługa telefonii komórkowej	Pakiet bezpieczeństwa	Dostęp do kanałów Polsat Sport Premium*	Dostęp do kanałów Mega Sport	Dostęp do kanałów Polsat Sport Premium* i Mega Sport	Dostęp do kanałów HBO (z opcją HBO od 5.000 zł)	Dostęp do programów MyPrime i kanałów Mega Sport	Dostęp do usługi MyPrime	Canal+ Prestige	Canal+ Prestige & Mega Sport
		Wartość przysporzenia produktowego (najczęściej występującego z zobowiązaniem) (zł)	29,99	9	19,99	9,99	24,99	30	19,99	9,99	49,99	59,98
		Wartość cennikowa przysporzenia produktowego (zł)	80	19	49	25	74	35	45	20	79,99	104,99
do 50 zł	1 rodzaj przysporzenia do wyboru	Ilość m-cy świadczenia tego przysporzenia	2	6	3*					6	1	
51 - 100 zł			4	10	5*					10	2	
101 - 150 zł			5		6*		6*		8		3	3
151 - 200 zł			7		6*		6*		10		4	4
201 - 300 zł	2 rodzaje przysporzenia do wyboru		6		6*		6*			12	4	3
301 - 400 zł			10	10	6*	10	6*	10	10	10	4	4
401 - 500 zł			12	12	6*	12	6*	12	12	12	5	5

* UWAGA: kanał Polsat Sport Premium dostępny nie dłużej niż do 30.06.2021 r.

- b) Przysporzenia produktowe wskazane w Tabeli nr 1 przyznawane będą w następujący sposób:
- i. konsumenci dysponują możliwością wyboru **jednego z produktów** przedstawionych przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przez oznaczoną liczbę miesięcy (z wyjątkiem grupy konsumentów, w przypadku których wartość abonamentu w części wynikającej z podwyższenia, uiszczonego po podwyższeniu, przekracza 200 zł - w tej sytuacji konsumenci

- dysponują możliwością wyboru **dwóch produktów** przez oznaczoną liczbę miesięcy).
- ii. w ramach zaprezentowanego powyżej przysporzenia produktowego, konsumenci znajdujący się w poszczególnych przedziałach wynikających z łącznej wysokości zapłaconego przez konsumenta abonamentu w części wynikającej z podwyższenia, uzyskują możliwość złożenia zgłoszenia do UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie celem skorzystania z przysporzenia produktowego.
 - iii. po zakończeniu przyznanego konsumentom okresu korzystania z ww. produktów bez dodatkowej opłaty, konsument będzie mógł - po udzieleniu wyraźnej zgody - korzystać z tych usług w dalszym ciągu za opłatą. W Fandrzeu zgody konsumenta, produkty te zostaną wyłączone z zakończeniem przyznanego klientom okresu rekompensaty.
 - iv. w przypadku, gdy konsument posiada wszystkie wymienione wyżej usługi dodatkowe wskazane w Tabeli nr 1. powyżej, będzie mógł skorzystać z rabatu na wybraną przez siebie usługę spośród powyższych. Będzie to 100%-owy rabat na wybraną przez konsumenta usługę z przedstawionej mu listy, na okres (liczbę miesięcy) wskazany w Tabeli nr 1 dla odpowiedniej grupy abonentów.
- c) Konsumenci, o których mowa w pkt 2. a) zobowiązania, którzy-pozostając klientami UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie na dzień wydania niniejszej decyzji - nie będą już korzystali z usług telekomunikacyjnych na warunkach wprowadzonych przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie dnia 1 marca 2015 r. lub 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r., uprawnieni będą do wybrania pomiędzy przysporzeniem produktowym, o którym mowa w pkt a) a) - b) zobowiązania, a przysporzeniem w postaci upustu w fakturach. Upust ten zostanie rozłożony w odpowiednich częściach na 3, 6 lub 12 faktur, wystawionych od następnego okresu rozliczeniowego po dokonaniu przez danego konsumenta wyboru tego przysporzenia. Łączna wysokość upustu uzależniona będzie od łącznej wysokości abonamentu w części wynikającej z jego podwyższenia, zapłaconego przez konsumenta za okres korzystania z usług na warunkach wprowadzonych przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z dniem 1 marca 2015 r., 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r. i ustalona zostanie na dzień dokonania przez konsumenta zgłoszenia, o którym mowa w pkt 3.1 zobowiązania poniżej. Łączną wysokość upustu oraz liczbę faktur, w których będzie on rozpoznawany, przedstawia Tabela nr 2 poniżej.

Tabela nr 2

Łączna wysokość abonamentu w części wynikającej z podwyższenia	Łączna wysokość upustu	Ilość faktur, na które zostanie rozłożona kwota upustu
do 50 - 100 zł	15 zł	3 faktury
101-300 zł	30 zł	6 faktur
301 zł i więcej	60 zł	12 faktur

- d) Konsumenci, o których mowa w pkt a) a) zobowiązania, którzy dokonają zgłoszenia do UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie celem uzyskania przysporzenia produktowego, będą jednocześnie uprawnieni do:
- i. w przypadku konsumentów, którzy nadal będą korzystać z usług telekomunikacyjnych na warunkach wprowadzonych przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie dnia 1 marca 2015 r. lub 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r. - wyrażenia woli powrotu na uprzednio obowiązujące warunki

(to jest dalszego korzystania z usług telekomunikacyjnych UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ale w oparciu o cenę obowiązującą konsumenta przed podwyżką cen wprowadzoną w dniu 1 marca 2015 r. lub 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r. oraz obowiązujące ówczesnie parametry produktu, a w przypadku, jeżeli produkt o danych parametrach nie jest już dostępny w ofercie UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie - na nie gorszych, najbardziej zbliżonych parametrach dostępnych w aktualnej ofercie UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie na dzień zgłoszenia wniosku,

względnie

- ii. potwierdzenia woli korzystania z usług telekomunikacyjnych w oparciu o aktualne parametry produktu i ceny, na podstawie aktualnie stosowanych przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie warunków świadczenia usług,

albo

- iii. zawarcia z UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na warunkach promocyjnych przedstawionych konsumentowi przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie,

z uwzględnieniem wskazanych wyżej przysporzeń.

Potwierdzenie, o którym mowa powyżej może zostać złożone przez konsumenta w postaci elektronicznej lub pisemnej lub w trakcie rejestrowanej rozmowy telefonicznej - w zależności od przyjętego sposobu komunikacji i ustaleń z konsumentem. Oświadczenie o woli powrotu na uprzednio obowiązujące warunki, o którym mowa w pkt. 2.d).1. powyżej, wywierać będzie skutek w terminie przewidzianym dla wypowiedzenia umowy.

- e) Konsument, o których mowa w pkt 5 Zobowiązania, nie będący abonentami UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie na dzień wydania niniejszej decyzji, będą uprawnieni do:

- i. zawarcia z UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z **rabatem**, którego wysokość uzależniona będzie od łącznej wysokości abonamentu w części wynikającej z jego podwyższenia, zapłaconego przez konsumenta za okres korzystania z usług na warunkach wprowadzonych przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z dniem 1 marca 2015 r., 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r., w następujący sposób i wynosić będzie co najmniej (Wysokość rabatu ustalona zostanie na dzień dokonania przez konsumenta zgłoszenia o którym mowa w pkt 3.1 zobowiązania poniżej):

Tabela nr 3

Łączna wysokość abonamentu w części wynikającej z podwyższenia	Wysokość rabatu - co najmniej	Ilość miesięcy rabatu - co najmniej
do 50 zł	20 zł	3
do 100 zł	20 zł	6
do 150 zł	20 zł	9
do 200 zł	20 zł	12
do 300 zł	20 zł	16
do 400 zł	30 zł	16
do 500 zł	30 zł	18

albo

- ii. uzyskania przysporzenia finansowego w wysokości 75% łącznej wysokości abonamentu w części wynikającej z jego podwyższenia, zapłaconego przez konsumenta za okres korzystania z usług na warunkach wprowadzonych przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z dniem 1 marca 2015 r., 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r. (przy czym UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie uprawniona będzie do zaliczenia odpowiedniej części kwoty przysporzenia na poczet ewentualnych zaległości klienta z innych tytułów, aniżeli płatność abonamentu w części wynikającej z jego podwyższenia).
- f) Konsumentom, wobec których w dniu wydania niniejszej decyzji biegnie termin wypowiedzenia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w razie rozwiązania umowy z UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, przysługiwać będzie przysporzenie przeznaczone dla byłych abonentów, o którym mowa w pkt 2.e). - o czym zostaną poinformowani w trybie opisanym w 3.3 zobowiązania poniżej.
- 3.1. Konsumentom dysponują możliwość złożenia zgłoszenia do UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w sprawie przyznania przysporzenia konsumentom drogą elektroniczną, drogą telefoniczną lub drogą pocztową w terminie 30 dni od daty otrzymania informacji, a w sytuacji w której do konsumenta nie została wysłana informacja - w terminie 30 dni od daty zamieszczenia komunikatu na stronie internetowej UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.
 - 3.2. Po przyjęciu zgłoszenia konsumenta UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie dokona weryfikacji, czy konsument, który złożył zgłoszenie mieści się w grupie konsumentów uprawnionej do przysporzenia.
 - 3.3. W maksymalnym terminie 90 dni od daty otrzymania zgłoszenia UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przekaże konsumentowi:
 - a) informację, iż konsument nie jest beneficjentem decyzji Prezesa UOKiK, lub
 - b) poinformuje konsumenta o rodzaju lub rodzajach przysługującego mu przysporzenia oraz o konieczności wyboru określonej opcji lub dokonania innych czynności (podanie rachunku bankowego).
 - 3.4. Dokonanie wyboru przez konsumenta powinno nastąpić najpóźniej w ciągu 30 dni od otrzymania informacji od UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.
 - 3.5. Komunikacja UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z konsumentem lub konsumenta z UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie będzie odbywać się w postaci rejestrowanej rozmowy telefonicznej, korespondencji e-mail lub drogą pocztową (w przypadku braku posiadania przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie adresu e-mail konsumenta lub numeru telefonicznego konsumenta).
- 4. zamieszczenia na stronie głównej serwisu www.upc.pl banneru o treści „Decyzja zobowiązująca Prezesa UOKiK nr RBG-9/2020 z dnia 16 września 2020 r. w sprawie zmian umów przez UPC. Zaniechanie praktyki i przysporzenie. Szczegóły [tutaj](#)”, odsyłający do podstrony zawierającej informację o treści zobowiązań, dalej „Komunikat”, w następujący sposób:**
- a) Podstrona, o której mowa powyżej zawierać będzie co najmniej następujące, sformułowane prostym językiem informacje:
 - i. przedmiot niniejszej decyzji,
 - ii. link odsyłający do pełnego tekstu niniejszej decyzji w wersji jawnej,

- iii. informację o zobowiązaniu UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie do nie stosowania postanowień wzorców umownych, modyfikowanych jednostronnie przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w okresie 2015-2016,
 - iv. sposób i termin kontaktu z UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie celem powzięcia szczegółowej wiedzy o przysporzeniu przysługującym danemu konsumentowi na podstawie niniejszej decyzji.
- b) Komunikat zostanie opublikowany w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.
 - c) Komunikat zostanie sformułowany ciemną czcionką na białym tle.
 - d) Banner będzie zamieszczony w górnej części strony głównej domeny www.upc.pl, bez możliwości zamknięcia, z możliwością jego zwinięcia przez użytkownika tak aby widoczna była skrócona treść informacji: „Decyzja zobowiązująca Prezesa UOKiK nr RBG-9/2020. Dowiedz się więcej”, z ponowną możliwością rozwinięcia pełnego tekstu; przy ponownym wejściu na stronę, użytkownikowi wyświetlona zostanie skrócona treść informacji, z ponowną możliwością rozwinięcia pełnego tekstu przez użytkownika.
 - e) W przypadku wersji mobilnej strony internetowej widoczna będzie informacja o treści skróconej: „Decyzja zobowiązująca Prezesa UOKiK nr RBG-9/2020. Dowiedz się więcej”, z możliwością jej rozwinięcia przez użytkownika.
 - f) Tekst powyższego komunikatu zostanie wyrównany do lewej strony.
 - g) Zastosowana czcionka będzie odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej na ww. stronie internetowej.
 - h) W przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, komunikat zostanie opublikowany odpowiednio przez lub za pośrednictwem danego przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw przedsiębiorcy dawnej i nowej.
 - a) W przypadku zmiany adresu strony internetowej, niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do strony internetowej funkcjonującej w czasie zamieszczenia przedmiotowego oświadczenia na stronie internetowej UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.
 - b) Przedmiotowy komunikat będzie dostępny na stronie internetowej UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przez okres 2 (słownie: dwóch) miesięcy od daty jego zamieszczenia na stronie internetowej UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.

II. Na podstawie art. 28 ust. 3 w związku z art. 28 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076 i 1086), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, że UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, opisane w pkt I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie obowiązek złożenia informacji o realizacji zobowiązania, o którym mowa w pkt I rozstrzygnięcia decyzji, poprzez przedstawienie Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

1. danych liczbowych wskazujących, ilu konsumentów było uprawnionych do skorzystania z poszczególnych rekompensat określonych w pkt 2 zobowiązania [z podziałem na grupy konsumentów, o których mowa w Tabelach nr 1, 2 i 3],

2. 14 potwierdzeń wskazujących na aktywację uprawnionym konsumentom usługi wskazanej w Tabeli nr 1 - dla konsumentów, o których mowa w pkt 2.a). zobowiązania (po 2 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
3. 12 potwierdzeń wskazujących na przyznanie konsumentom upustu w wysokości abonamentu, o którym mowa w pkt 2.c). zobowiązania (po 4 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
4. 14 potwierdzeń wskazujących na przyznanie konsumentom przysporzenia w wysokości 20-30 zł w okresie od 3 do 18 miesięcy, o czym mowa w pkt 2.e).i. zobowiązania (po 2 potwierdzenia dla każdej z ww. grup),
5. 7 potwierdzeń wskazujących na przyznanie konsumentom przysporzenia w wysokości 75% łącznej wysokości abonamentu w części wynikającej z jego podwyższenia, zapłaconego przez konsumenta za okres korzystania z usług na warunkach wprowadzonych przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie z dniem 1 marca 2015 r., 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r. (pkt 2.e).ii. zobowiązania),
6. danych liczbowych wskazujących, do ilu konsumentów skierowano komunikaty, iż UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie zobowiązuje się do niestosowania wobec tych konsumentów postanowień § 2 ust. 4, § 7 ust. 1 Ogólnych warunków umowy abonamentowej dla Abonentów indywidualnych i § 2 pkt 8, 12, 16 i 36 Regulaminu świadczenia usług przez UPC Polska Sp. z o.o. oraz o możliwości, terminie oraz sposobie skorzystania z korzyści, o czym mowa w pkt 1.1. oraz 1.2. zobowiązania (z podziałem na poszczególne kanały komunikacji),
7. po 5 przykładowych komunikatów, o których mowa w pkt 1.1. oraz 1.2. zobowiązania przekazanych konsumentom poprzez (łącznie 20 komunikatów):
 - a) drogę e-mailową,
 - b) umieszczenie informacji na indywidualnym koncie abonenta w serwisie My UPC,
 - c) przesyłkę pocztową,
 - d) wiadomość SMS,
8. danych liczbowych wskazujących, ilu konsumentów skorzystało z następujących opcji korzystania z usług UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, o których mowa w pkt 2.d). zobowiązania:
 - a) na warunkach obowiązujących przed wprowadzonymi przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie dnia 1 marca 2015 r. lub 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r. zmianami, to jest w oparciu o cenę obowiązującą konsumenta przed podwyżką cen oraz obowiązujące ówczesnie parametry produktu,
 - b) w oparciu o aktualne parametry produktu i ceny, na podstawie aktualnie stosowanych przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie warunków świadczenia usług,
 - c) poprzez zawarcie z UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na warunkach promocyjnych przedstawionych konsumentowi przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.

- w terminie 12 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

W dniu 23 listopada 2015 r., na skutek zawiadomienia Multimedia Polska S.A. z siedzibą w Warszawie oraz licznych skarg konsumentów - postanowieniem nr RBG-185/2015 - Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: **Prezes UOKiK**, **Prezes Urzędu** lub **organ ochrony konsumentów**) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające, mające na celu wstępne ustalenie, czy na skutek działań dotyczących świadczenia usług telekomunikacyjnych, w tym wprowadzania zmian warunków umów zawartych z konsumentami, podejmowanych przez UPC Polska Sp. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dalej: **UPC**, **Spółka** lub **Przedsiębiorca**) nastąpiło naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz ustalenie, czy miało miejsce naruszenie chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniające podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach (RBG-405-24/15/PD).

W toku tego postępowania Prezes UOKiK wezwał Spółkę do przedstawienia zasad, na jakich odbywało się wprowadzenie zmian warunków obowiązujących umów zawartych z konsumentami. Organ ochrony konsumentów poddał analizie również dokumenty przesłane przez UPC, w tym *Ogólne warunki umowy abonenckiej dla Abonentów indywidualnych* (dalej: **OWU**) oraz *Regulamin świadczenia usług przez UPC Polska Sp. z o.o.* (dalej: **Regulamin**). Po zapoznaniu się z materiałem dowodowym zebrany w toku postępowania wyjaśniającego, Prezes UOKiK uznał, że zaszło uzasadnione podejrzenie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, opisanych w sentencji niniejszej decyzji.

Z uwagi na powyższe w dniu 25 listopada 2016 r. postanowieniem nr RBG-77/2016 (dalej: **Postanowienie**) organ ochrony konsumentów wszczął postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przez UPC. Tym samym postanowieniem Prezes UOKiK zaliczył w poczet dowodów materiały uzyskane w toku postępowania wyjaśniającego. Ponadto, pismem z dnia 25 listopada 2016 r. Prezes UOKiK wezwał UPC do ustosunkowania się do zarzutów zawartych w Postanowieniu.

W piśmie z dnia 16 stycznia 2017 r. Spółka ustosunkowała się do przedstawionych zarzutów, wskazując przy tym, że jej działania są zgodne z prawem i dotychczasowym stanowiskiem Prezesa UOKiK w tym zakresie, nie podziela oceny prawnej Prezesa UOKiK przedstawionej w Postanowieniu oraz przedstawiła obszerną polemikę ze stanowiskiem Prezesa Urzędu.

Prezes UOKiK, przedstawił UPC Szczegółowe Uzasadnienie zrzutów, w którym przedstawił ustalenia faktyczne w sprawie, ocenę prawną ustalonych faktów oraz planowane rozstrzygnięcie, które miało obejmować:

a) nałożenie na UPC środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów ww. opisanych praktyk w postaci:

- obowiązku zwrócenia konsumentom, którzy opłacili abonament w podwyższonej wysokości wynikającej z otrzymania informacji o jednostronnej zmianie warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez UPC części zapłaconego abonamentu odpowiadającej wartości wprowadzonej podwyżki;
- obowiązku poinformowania wszystkich konsumentów, do których została wysłana informacja o jednostronnej zmianie warunków umowy o świadczenie przez UPC usług telekomunikacyjnych o przysługującym im prawie do uzyskania zwrotu zapłaconego abonamentu;
- obowiązku poinformowania konsumentów, którzy otrzymali informacje o zmianie OWU lub Regulaminu, o tym, że zmiany te były nieskuteczne, a warunki, których te zmiany dotyczyły

pozostają niezmienione tj. pozostają w takiej postaci, jak przed próbą wprowadzenia zmian (dotyczy zarzutów z pkt 2 i 3)

- obowiązku publikacji na koszt UPC na oficjalnej stronie internetowej tego przedsiębiorcy oraz na portalach społecznościowych oświadczenia informującego o treści decyzji kończącej postępowanie administracyjne i skutkach z niej wynikających dla stosunków prawnych wiążących konsumentów z UPC.

- b) nakaz publikację decyzji, w określonej formie, na koszt przedsiębiorcy.
- c) nałożenie kary pieniężnej przy stwierdzeniu wysokiego stopnia naruszenia przepisów, znacznego zasięgu terytorialnego naruszenia lub jego skutków, umyślności naruszenia oraz długotrwałości stosowania praktyki oraz znacznych korzyści uzyskanych przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszeniem,
- d) nałożenia rygoru natychmiastowej wykonalności.

Ustosunkowując się do SUZ, UPC zarzucił Prezesowi UOKiK, iż ten *całkowicie zignorował argumentację przedstawioną przez UPC* i (...) nie rozważył w żaden sposób stanowiska Spółki. W konsekwencji, Spółka w całej rozciągłości podtrzymała swoje stanowisko przedstawione w piśmie z dnia 16 stycznia 2017 r.

Następnie w piśmie z dnia 23 maja 2019 r. Spółka przedstawiła propozycję zobowiązania, wnosząc jednocześnie m.in. o:

1) nienakładanie UPC kary pieniężnej, nienakładanie na UPC środków usunięcia trwających skutków naruszenia poprzez tzw. przysporzenie konsumenckie w kształcie opisanym w SUZ oraz nienakładanie przez Prezesa UOKiK rygoru natychmiastowej wykonalności, natomiast o nałożenie na UPC obowiązku opublikowania decyzji na stronie internetowej UPC oraz innych środków usunięcia trwających skutków naruszenia i obowiązków publikacyjnych w postaci opisanej poniżej.

2) uwzględnienie przez Prezesa UOKiK w końcowym rozstrzygnięciu w niniejszej sprawie wniosków wynikających z przedstawionych opinii przedstawicieli doktryny prawa, tj.:

- i) Opinii prawnej prof. dr. hab. [imię] i prof. dr. hab. [imię] z dnia 20 marca 2015 r.,
 - ii) Opinii prawnej dr. hab. [imię], prof. [imię] z dnia 15 kwietnia 2018 r.,
 - iii) Opinii prawnej dr. hab. [imię] z dnia 16 maja 2018 r.,
 - iv) Opinii prawnej dr. hab. [imię], prof. [imię] z dnia 16 maja 2018 r.,
- na okoliczność stosowanych przez UPC klauzul modyfikacyjnych oraz możliwości nałożenia przez Prezesa UOKiK środków usunięcia trwających skutków naruszenia w postaci rekompensaty publicznej lub przysporzenia konsumenckiego w sytuacji, w której takie środki nie zostały uzgodnione między stronami postępowania.

3) uwzględnienie przez Prezesa UOKiK podejmowanych przez UPC propozycji wprowadzenia zmienionych postanowień wzorców umowy;

4) uwzględnienie zmiany praktyki UPC dotyczącej wprowadzania podwyżek cen świadczonych usług: program „Więcej korzyści dla Ciebie” opisany w piśmie z dnia 26 marca 2019 r. w toku postępowania w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone (RBG.611.1.2017.PD) na okoliczność podejmowanych przez Spółkę nowych rozwiązań i instrumentów ochrony konsumentów, nie wynikających z przepisów prawa, lecz odzwierciedlających prokonsumencką postawę UPC dotyczącą problematyki zmiany cen usług telekomunikacyjnych i mających wpływ na ocenę postawy prezentowanej przez Spółkę w toku niniejszego postępowania, a także na wymiar ewentualnych sankcji zastosowanych przez Prezesa UOKiK w niniejszej sprawie.

Zobowiązanie UPC po wielu spotkaniach zorganizowanych w celu wypracowania najlepszego rozwiązania przyjęło ostateczną treść przedstawioną w dalszej części niniejszej decyzji.

Uzasadniając ostateczną propozycję zobowiązania, UPC podniosło, iż:

a) formułując przedkładaną propozycję zobowiązania, koncentrowało się przede wszystkim na zapewnieniu, że na skutek realizacji zobowiązań UPC nastąpi zaniechanie kwestionowanych przez Prezesa UOKiK praktyk dotyczących okoliczności zmiany warunków umowy;

b) przysporzenie konsumentom odpowiada rodzajowi postawionych przez Prezesa UOKiK zarzutów oraz negatywnym skutkom, które mogły wynikać z nich dla konsumentów;

c) łączna liczba konsumentów uprawnionych do rekompensaty to ok. [tajemnica przedsiębiorstwa];

d) wysokość abonamentu w części wynikającej z podwyższenia, naliczonego i zapłaconego przez klienta po podwyżce, której wysokość będzie rekompensowana, może wynosić od 3-8 zł do kilkuset złotych - w przypadku żadnego z klientów nie przekroczy jednak na koniec 2020 r. kwoty [tajemnica przedsiębiorstwa] (co uzasadnia przyjęcie progów jak w Tabeli 1);

e) wartość przysporzeń produktowych dostępnych dla konsumentów pozostających nadal abonentami Spółki, liczona według cen promocyjnych (vide Tabela 1), w przypadku każdego indywidualnego konsumenta może przekraczać wysokość zapłaconego przezeń abonamentu;

f) należy przy tym zauważyć, że w przypadku znacznej części uprawnionych, skorzystanie z oferowanych im w ramach rekompensaty produktów przez okres kilku miesięcy po cenach promocyjnych nie byłoby możliwe - skorzystanie z cen promocyjnych wymagałoby zawarcia umowy na dłuższy czas oznaczony, zaś przy przyjęciu cen cennikowych, wartość rekompensaty mogłaby być nawet o 150% wyższa;

g) łączna maksymalna wysokość rekompensaty, do której uprawnieni będą konsumenci (licząc według cen promocyjnych i przyjmując wykorzystanie przez wszystkich uprawnionych z maksymalnej wartości dostępnych dla nich przysporzeń), wg stanu na koniec maja 2020 r., wynosi ok. [t.p.].

Prezes UOKiK zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy (pismo z dnia 5 sierpnia 2020r.). Pełnomocnik przedsiębiorcy w dniu 21 sierpnia 2020 r. zapoznał się z aktami sprawy. Zaś w piśmie z dnia 4 września 2020 r. UPC przedstawiło ostateczny kształt zobowiązania.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił następujący stan faktyczny:

UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie prowadzi działalność telekomunikacyjną i jest zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców telekomunikacyjnych pod numerem 111. Przedsiębiorca jest wpisany do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000273136. Do przedmiotu działalności telekomunikacyjnej Przedsiębiorcy należy głównie działalność w zakresie telekomunikacji przewodowej, działalność w zakresie telekomunikacji bezprzewodowej, z wyłączeniem telekomunikacji satelitarnej oraz działalność w zakresie pozostałej telekomunikacji.

UPC, w ramach prowadzonej działalności gospodarczej, w stosunkach z konsumentami posługuje się m.in. OWU oraz Regulaminem, które przedłożył na wezwanie Prezesa UOKiK w toku postępowania wyjaśniającego prowadzonego pod sygnaturą RBG-405-21/15/PD. Dokumenty te dostępne są także pod adresem witryny internetowej Przedsiębiorcy <https://www.upc.pl/pomoc/dokumenty-i-pliki/>.

UPC dostarcza Internet o prędkości do 1 Gb/s. Z usług UPC korzysta niemal 1,5 miliona klientów. W zasięgu szerokopasmowych sieci UPC znajduje się ponad 3,5 mln gospodarstw domowych, w 150 miejscowościach w Polsce.¹

I.

W toku postępowania administracyjnego na podstawie informacji przekazanych przez Spółkę ustalono, że Spółka w dniach 23 stycznia 2015r. (listem zwykłym), a także w dniach 22 kwietnia, 28-29 kwietnia, 23 maja oraz 30 maja 2016r. (listem zwykłym lub drogą e-mail) występowała do konsumentów z informacją o zmianie warunków świadczonych przez przedsiębiorcę usług, w postaci zmiany parametrów usługi i jej ceny.

1. a)

W przypadku zmian, które miały wejść w życie w dniu 1 marca 2015r. Spółka informowała konsumentów o zamiarze ich wprowadzenia listem zwykłym 23 stycznia 2015r. Zmodyfikowane miały być parametry usługi internetowej (dwukrotne jej przyspieszenie) oraz podwyższona miała być cena za usługę internetową o kwotę 7 zł brutto. W piśmie Spółka wskazywała abonentom wysokość podwyżki oraz zakres zmian parametru usług internetowej, poprzez informowanie, iż prędkość przesyłu danych zostanie podwojona.

Przedmiotowa wiadomość została skierowana do klientów UPC, którzy mieli zawartą umowę na czas nieoznaczony oraz nie wiązał ich okres zobowiązania wynikający z korzystania z oferty promocyjnej.

Z danych przedstawionych przez UPC, wynika, iż zmianą warunków świadczenia usług dostępu do sieci Internet polegającą na podwyższeniu opłaty o 7 zł brutto i dwukrotnym przyspieszeniu prędkości przesyłu danych objętych zostało [tajemnica przedsiębiorstwa] konsumentów. W okresie od stycznia 2015r. do czerwca 2020r. w zakresie grupy konsumentów, którzy zostali objęci zmianą warunków umowy, opisaną w pkt I.1 a) sentencji niniejszej decyzji, która weszła w życie 1 marca 2015r. rozwiązane zostały [tajemnica przedsiębiorstwa] umowy (dotyczy to sytuacji, w których konsument faktycznie rozwiązał stosunek umowny, a nie jedynie złożył oświadczenie woli o rozwiązaniu umowy, a następnie je wycofał/zmienił poprzez przejście na inny pakiet dostępny u wzywanego przedsiębiorcy). Przychody, jakie osiągnął UPC z tytułu podniesienia opłat prezentują się następująco :

Miesiąc Rok	(A) Liczba konsumentów, którzy rozwiązali umowę	(B) Liczba konsumentów, która zobowiązana była do zapłaty abonamentu w podwyższonej wysokości 22 308 (B) - (A) = (C)	(C) Wpływy wynikające z podwyżki w danym miesiącu w stosunku do klientów, którzy związani byli umową- x 7 (w PLN)
Styczeń 2015r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Luty 2015r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Marzec 2015r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Kwiecień 2015r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]

¹ <http://media.upc.pl/24889-poznaj-upc>

Maj 2015r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Czerwiec 2015r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Lipiec 2015r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Sierpień 2015r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Wrzesień 2015r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Październik 2015r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Listopad 2015r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Grudzień 2015r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Styczeń 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Luty 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Marzec 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Kwiecień 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Maj 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Czerwiec 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Lipiec 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Sierpień 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Wrzesień 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Październik 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Listopada 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Grudzień 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Styczeń 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Luty 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Marzec 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Kwiecień 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Maj 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Czerwiec 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Lipiec 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Sierpień 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Wrzesień 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Październik 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Listopad 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Grudzień 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Styczeń 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Luty 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Marzec 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Kwiecień 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Maj 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Czerwiec 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Lipiec 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Sierpień 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Wrzesień 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Październik 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Listopada 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Grudzień 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Styczeń 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Luty 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Marzec 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Kwiecień 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Maj 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Czerwiec 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Lipiec 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Sierpień 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]

Wrzesień 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Październik 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Listopad 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Grudzień 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Styczeń 2020r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Luty 2020r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Marzec 2020r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Kwiecień 2020r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Maj 2020r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Czerwiec 2020r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
RAZEM	[t.p.]	-	[t.p.]

Tabela uwzględnia także liczbę konsumentów, którzy zmienili umowę zawartą z UPC, poprzez np. przejście do innego pakietu usług z oferty (dotyczy to sytuacji, w których zmiana nastąpiła w wyniku wycofania/zmiany oświadczenia o rozwiązaniu umowy) oraz liczbę konsumentów, którym przywrócono pierwotne warunki umowy (tj. pomniejszono abonament o 7 zł) w wyniku reklamacji złożonej przez konsumenta.

Powyższej zmiany nie dokonano poprzez modyfikację brzmienia dotychczasowych postanowień umownych, lecz jedynie poprzez poinformowanie w piśmie skierowanym do abonentów o wysokości podwyżki oraz zakresie zmiany parametru usługi internetowej. Postanowienia umowne nie zostały zmienione.

Na wezwanie Prezesa UOKiK przedsiębiorca przedłożył wzory pism kierowanych do konsumentów, w których byli oni informowani o zmianie warunków świadczenia usług. W pismach tych znajdowały się informacje o następującej treści:

Szanowni Państwo!

Zależy nam na Państwa satysfakcji, dlatego nieustannie inwestujemy w rozwój sieci internetowej UPC.

Informujemy, że od 1 marca 2015 r. dwukrotnie przyspieszymy Państwa Internet. Jednocześnie 1 marca 2015 r. wysokość miesięcznej opłaty z tytułu świadczenia usługi Internet UPC zostanie podwyższona o 7 zł brutto.

Jeżeli nie akceptują Państwo powyższej zmiany, przysługuje Państwu prawo do rozwiązania Umowy Abonenckiej. Pisemne oświadczenie o rozwiązaniu Umowy Abonenckiej należy dostarczyć do UPC do 28 lutego 2015r.

W korespondencji do niektórych konsumentów znajdowała się ponadto informacja o treści:

Aby korzystać z szybszego Internetu, wystarczy zamówić i zainstalować do 31 stycznia 2015r. nowy modem. W tym celu prosimy o kontakt pod numerem 32 494 94 80 lub 801 949 480 (tylko z telefonów stacjonarnych). Nowy modem zostanie dostarczony do Państwa kurierem na koszt UPC.

Zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy, zmiana warunków świadczenia usług dostępu do sieci Internet polegająca na podwyższeniu opłaty o 7 zł brutto i dwukrotnym przyspieszeniu prędkości przesyłu danych została dokonana na podstawie § 7 ust. 1 OWU stanowiącego integralną część Umowy o świadczenie usług o treści (wersja dla umów zawartych przed 8 czerwca 2014 r.):

Z zastrzeżeniem zmian Umowy Abonenckiej dokonanej na wniosek Abonenta, zmian o których mowa w § 6 powyżej oraz w ust. 2 poniżej, Dostawca usług powiadamia Abonenta o zmianie Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika z wyprzedzeniem co najmniej jednego miesiąca przed wprowadzeniem tych zmian w życie na piśmie, bądź o ile Abonent

tego zażądał, drogą elektroniczną na wskazany przez Abonenta w tym celu adres poczty elektronicznej lub za pomocą podobnego środka porozumiewania się na odległość.

Z kolei stosownie do treści § 7 ust. 3 OWU:

Abonent, nie później niż do dnia wejścia w życie zmian Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika, może doręczyć Dostawcy usług pisemne oświadczenie o wypowiedzeniu Umowy Abonenckiej z powodu braku akceptacji zmian Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika. W przypadku doręczenia takiego oświadczenia Umowa Abonencka ulegnie rozwiązaniu w dniu poprzedzającym zmianę Cennika, Umowy Abonenckiej lub Regulaminu. Brak pisemnego oświadczenia Abonenta w powyższym terminie oznacza akceptację zmian.

Przedsiębiorca wskazał ponadto, iż dokonana modyfikacja warunków świadczenia usług miała swoje oparcie w art. 60a ust. 1 oraz art. 61 ust. 5 ustawy z dnia 16 lipca 2004r. Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. z 2019r. poz. 2460 ze z; dalej: ptU).

1. b)

W przypadku zmian, które miały wejść w życie w dniach 1 czerwca i 1 lipca 2016r. Spółka informowała konsumentów o zamiarze ich wprowadzenia w dniach 22 kwietnia i 23 maja 2016r. (listownie) oraz 28-29 kwietnia i 30 maja 2016r. (drogą e-mail). Zmodyfikowane miały być parametry usługi internetowej (zwiększenie prędkości przesyłu danych do 30Mb/s), parametry usługi telewizyjnej (zwiększenie ilości kanałów TV do 144) lub parametry usługi telefonicznej (przyznanie usługi telefonicznej Minuty do wszystkich MAX) oraz podwyższona miała być cena za te usługi telekomunikacyjne o kwotę od 3 do 8 zł brutto w zależności od zestawu usług, z którego korzystał konsument. W piśmie Spółka wskazywała abonentom wysokość podwyżki oraz zakres zmian parametru usług bądź brak zmian tych parametrów.

Przedmiotowa wiadomość została skierowana do klientów UPC, którzy mieli zawartą umowę na czas nieoznaczony oraz nie wiązała ich okres zobowiązania wynikający z korzystania z oferty promocyjnej.

Zmianą warunków świadczenia usług dostępu do sieci Internet polegającą na podwyższeniu opłat o kwotę od 3 do 8 zł brutto i zmianie parametrów usług internetowej, telewizyjnej lub telefonicznej objętych zostało [tajemnica przedsiębiorstwa] konsumentów. W okresie od 22 kwietnia 2016r. do czerwca 2020r. w zakresie grupy konsumentów, którzy zostali objęci zmianą warunków umowy, opisaną w pkt I.1 b) sentencji niniejszej decyzji, która weszła w życie 1 czerwca i 1 lipca 2016r. rozwiązane zostały [tajemnica przedsiębiorstwa] umowy (dotyczy to sytuacji, w których konsument faktycznie rozwiązał stosunek umowny, a nie jedynie złożył oświadczenie woli o rozwiązaniu umowy, a następnie je wycofał/zmienił poprzez przejście na inny pakiet dostępny u wzywanego przedsiębiorcy). Minimalne i maksymalne przychody, jakie osiągnął UPC z tytułu podniesienia opłat prezentują się następująco:

Miesiąc Rok	(A) Liczba konsumentów, którzy rozwiązali umowę	(B) Liczba konsumentów, która zobowiązana była do zapłaty abonamentu w podwyższonej wysokości 22 308 - (A) = (C)	(C) Minimalne i maksymalne wpływy wynikające z podwyżki w danym miesiącu w stosunku do klientów, którzy związani byli umową- x 3 i x 8 (w PLN)
Kwiecień 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Maj 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]

Czerwiec 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Lipiec 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Sierpień 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Wrzesień 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Październik 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Listopada 216r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Grudzień 2016r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Styczeń 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Luty 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Marzec 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Kwiecień 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Maj 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Czerwiec 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Lipiec 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Sierpień 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Wrzesień 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Październik 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Listopad 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Grudzień 2017r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Styczeń 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Luty 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Marzec 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Kwiecień 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Maj 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Czerwiec 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Lipiec 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Sierpień 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Wrzesień 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Październik 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Listopada 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Grudzień 2018r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Styczeń 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Luty 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Marzec 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Kwiecień 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Maj 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Czerwiec 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Lipiec 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Sierpień 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Wrzesień 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Październik 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Listopad 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Grudzień 2019r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Styczeń 2020r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Luty 2020r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Marzec 2020r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Kwiecień 2020r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Maj 2020r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
Czerwiec 2020r.	[t.p.]	[t.p.]	[t.p.]
RAZEM	[t.p.]		[t.p.]

Tabela uwzględnia także liczbę konsumentów, którzy zmienili umowę zawartą z UPC, poprzez np. przejście do innego pakietu usług z oferty (dotyczy to sytuacji, w których zmiana nastąpiła w wyniku wycofania/zmiany oświadczenia o rozwiązaniu umowy) oraz liczbę konsumentów, którym przywrócono pierwotne warunki umowy (tj. pomniejszono abonament od 3 do 8 zł) w wyniku reklamacji złożonej przez konsumenta.

Powyższa zmiana nie była dokonywana poprzez modyfikację brzmienia redakcyjnego dotychczasowych postanowień umownych, lecz jedynie poprzez wskazanie w piśmie skierowanym do abonentów wysokości podwyżki oraz zakresu zmiany parametru usługi internetowej.

W toku postępowania przedsiębiorca przedłożył wzory pism kierowanych do konsumentów, w których byli oni informowani o zmianie warunków świadczenia usług. W pismach tych znajdowały się informacje o następującej treści:

(informacja listowna rozsyłana w dniach 22 kwietnia i 23 maja 2016r)

(usługa telewizyjna)

Drogi Kliencie!

Uprzejmie informujemy, że od 1 czerwca 2016 r. opłata abonamentowa za Twoją usługę telewizyjną wzrośnie o zł.

Pragniemy wyjaśnić, że dokonywane przez nas zmiany wysokości opłat abonamentowych służą nam do ciągłego inwestowania w bezpieczeństwo i stabilność sieci, wzbogacanie naszej oferty (np. oferty programowej), a także doskonalenie jakości obsługi. Dzięki temu możemy zapewniać coraz więcej niezapomnianych wrażeń dla całej Twojej rodziny.

(...)

Bardzo chcielibyśmy nadal gościć w Twoim domu. Jeśli jednak nie akceptujesz zmiany ceny, masz prawo do rozwiązania Umowy Abonenckiej bez dodatkowych kosztów. Pisemne oświadczenie o rozwiązaniu Umowy powinniśmy otrzymać do 31 maja 2016 r. Możesz nam je dostarczyć pocztą na adres, ul. Murckowska 14c, 40-265 Katowice lub do Salonu Sprzedaży UPC.

(usługa dostępu do sieci Internet)

Drogi Kliencie!

Uprzejmie informujemy, że od 1 czerwca 2016 r. opłata abonamentowa za Twoją usługę internetową wzrośnie o zł.

Pragniemy wyjaśnić, że dokonywane przez nas zmiany wysokości opłat abonamentowych służą nam do ciągłego inwestowania w bezpieczeństwo i stabilność sieci, wzbogacanie naszej oferty, a także doskonalenie jakości obsługi. Dzięki temu możemy zapewniać coraz więcej niezapomnianych wrażeń dla całej Twojej rodziny.

(...)

Bardzo chcielibyśmy nadal gościć w Twoim domu. Jeśli jednak nie akceptujesz zmiany ceny, masz prawo do rozwiązania Umowy Abonenckiej bez dodatkowych kosztów. Pisemne oświadczenie o rozwiązaniu Umowy powinniśmy otrzymać do 31 maja 2016 r. Możesz nam je dostarczyć pocztą na adres, ul. Murckowska 14c, 40-265 Katowice lub do Salonu Sprzedaży UPC.

(pakiet usług)

Drogi Kliencie!

Uprzejmie informujemy, że od 1 czerwca 2016 r. opłata abonamentowa za Twoje usługi wzrośnie łącznie o zł.

Pragniemy wyjaśnić, że dokonywane przez nas zmiany wysokości opłat abonamentowych służą nam do ciągłego inwestowania w bezpieczeństwo i stabilność sieci, wzbogacanie naszej oferty (np. oferty programowej), a także doskonalenie jakości obsługi. Dzięki temu możemy zapewniać coraz więcej niezapomnianych wrażeń dla całej Twojej rodziny.

(...)

Bardzo chcielibyśmy nadal gościć w Twoim domu. Jeśli jednak nie akceptujesz zmiany ceny, masz prawo do rozwiązania Umowy Abonenckiej bez dodatkowych kosztów. Pisemne oświadczenie o rozwiązaniu Umowy powinniśmy otrzymać do 31 maja 2016 r. Możesz nam je dostarczyć pocztą na adres, ul. Murckowska 14c, 40-265 Katowice lub do Salonu Sprzedaży UPC.

(informacja rozsyłana drogą e-mail w dniach 28-29 kwietnia i 30 maja 2016r.)

(pakiet usług)

Drogi Kliencie!

Uprzejmie informujemy, że od 1 lipca 2016 r. opłata abonamentowa za Twoje usługi wzrośnie łącznie o zł. W ramach tej opłaty zwiększymy liczbę Twoich kanałów TV aż do 144.

Pragniemy wyjaśnić, że zmiana opłat abonamentowych posłuży nam do dalszego inwestowania w bezpieczeństwo i stabilność sieci, wzbogacanie naszej oferty, rozwój dodatkowych funkcjonalności, a także doskonalenie jakości obsługi. Dzięki temu będziemy mogli zapewniać jeszcze większy komfort i jeszcze więcej rozrywkę dla całej Twojej rodziny.
(...)

Bardzo chcielibyśmy nadal gościć w Twoim domu. Jeśli jednak nie akceptujesz zmiany ceny, masz prawo do rozwiązania Umowy Abonenckiej bez dodatkowych kosztów. Pisemne oświadczenie o rozwiązaniu Umowy powinniśmy otrzymać do 30 czerwca 2016 r. Możesz nam je dostarczyć pocztą na adres, ul. Murckowska 14c, 40-265 Katowice lub do Salonu Sprzedaży UPC.

(usługa telewizyjna)

Drogi Kliencie!

Uprzejmie informujemy, że od 1 czerwca 2016 r. opłata abonamentowa za Twoją usługę telewizyjną wzrośnie o zł.

Pragniemy wyjaśnić, że dokonywane zmiany wysokości opłat abonamentowych służą nam do ciągłego inwestowania w bezpieczeństwo i stabilność sieci, wzbogacanie naszej oferty, a także doskonalenie jakości obsługi.
(...)

Bardzo chcielibyśmy nadal gościć w Twoim domu. Jeśli jednak nie akceptujesz zmiany ceny, masz prawo do rozwiązania Umowy Abonenckiej bez dodatkowych kosztów. Pisemne oświadczenie o rozwiązaniu Umowy powinniśmy otrzymać do 31 maja 2016 r. Możesz nam je dostarczyć pocztą na adres: ul. Murckowska 14c, 40-265 Katowice lub do Salonu Sprzedaży UPC.

Zgodnie z oświadczeniem przedsiębiorcy, zmiana warunków świadczenia usług polegająca na podwyższeniu opłaty o kwotę w wysokości od 3 do 8 zł brutto została dokonana na podstawie § 2 ust. 4, § 7 ust. 1 i ust. 3 OWU:

- § 2 ust. 4 OWU - Dostawca usług jest uprawniony do podniesienia łącznej wysokości uiszczanych przez Abonenta miesięcznych opłat abonamentowych, nie częściej niż jeden raz w roku kalendarzowym i każdorazowo nie więcej niż o 8 zł. Uprawnienie to nie przysługuje w przypadku Umów Abonenckich zawartych na czas określony oraz w Okresie Zobowiązania.
- § 7 ust. 1 OWU - Z zastrzeżeniem zmian Umowy Abonenckiej dokonanej na wniosek Abonenta, zmian, o których mowa w § 5 powyżej oraz w ust. 2 poniżej, Dostawca usług powiadamia Abonenta na piśmie o zmianie Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika z wyprzedzeniem co najmniej jednego miesiąca przed wprowadzeniem tych zmian w życie. O ile Abonent tego zażądał, Dostawca usług przesyła zawiadomienie wyłącznie w formie zwykłej wiadomości elektronicznej, na wskazany przez Abonenta w tym celu adres poczty elektronicznej.
- § 7 ust. 3 OWU - Abonent, nie później niż do dnia wejścia w życie zmian Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika, może doręczyć Dostawcy usług pisemne oświadczenie

o wypowiedzeniu Umowy Abonenckiej z powodu braku akceptacji zmian Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika. W przypadku doręczenia takiego oświadczenia Umowa Abonencka ulegnie rozwiązaniu w dniu poprzedzającym zmianę Cennika, Umowy Abonenckiej lub Regulaminu. Brak pisemnego oświadczenia Abonenta w powyższym terminie oznacza akceptację zmian.

Należy także zaznaczyć, iż kwestionowana praktyka nie dotyczy konsumentów, którzy zawarli umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, gdy do OWU wprowadzone już zostało postanowienie § 2 ust. 4 (tj. po 31 maja 2015r.), zgodnie z którym Spółka wprowadziła dla siebie uprawnienie do jednostronnej zmiany ceny świadczonych usług poprzez podwyższenie opłat abonamentowych o nie więcej niż 5% w ciągu roku kalendarzowego w stosunku do wysokości danej opłaty na ostatni dzień poprzedniego roku kalendarzowego) (patrz zarzut opisany w pkt I.2 sentencji niniejszej decyzji). W konsekwencji, z grupy konsumentów, którzy zostali dotknięci tą praktyką należy wyłączyć konsumentów, którzy zawierali z UPC Polska Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych od 1 czerwca 2015r., kiedy to wprowadzono do wzorca umownego *Ogólne warunki umowy abonenckiej dla Abonentów indywidualnych* zapis § 2 ust. 4.

Przedsiębiorca wskazał ponadto, iż dokonywana przez Spółkę modyfikacja warunków świadczenia usług miała swoje oparcie w art. 60a ust. 1 oraz art. 61 ust. 5 ptU.

Średnia prędkość przesyłu danych w ramach usługi dostępu do sieci Internet przy umowach zawartych z konsumentami, które uległy zmianie z dniem 1 marca 2015r. (pkt I.1a sentencji niniejszej decyzji), 1 czerwca 2016r. i 1 lipca 2016r. (pkt I.1b sentencji niniejszej decyzji) wynosiła 48,4 Mb/s.

W zakresie umów, które uległy zmianie z dniem 1 marca 2015r. (pkt I.1a sentencji niniejszej decyzji), 1 czerwca 2016r i 1 lipca 2016r. (pkt 1b sentencji niniejszej decyzji), UPC nie gwarantował konsumentom minimalnej prędkości przesyłu danych w ramach usługi dostępu do sieci Internet.

Zgodnie z oświadczeniem przedsiębiorcy, grupy konsumentów objęte poszczególnymi podwyżkami opłat, o których mowa w pkt I.1. sentencji niniejszej decyzji nie pokrywają się, są to oddzielne grupy konsumentów.

2.

W toku postępowania administracyjnego ustalono także, że Spółka w dniach 29 października, 26 listopada 2015 r. i 29 stycznia 2016 r. (drogą e-mail) oraz 23 listopada, 23 grudnia 2015 r. i 21 stycznia 2016 r. (listownie) wystąpiła do konsumentów z informacją o zmianie w zapisach OWU. Spółka informowała, iż z dniem 1 grudnia 2015 r., 1 stycznia, 1 lutego i 1 marca 2016 r. (w zależności do daty wystania informacji) dokonała wprowadzenia, a w przypadku osób, które zawarły umowy po dniu 1 czerwca 2015 r. (i obowiązywała ich już pierwotna treść § 2 ust. 4 OWU) zmiany treści § 2 ust. 4 OWU. Ponadto, korespondencja ta zawierała informacje, iż zmianie uległ zapis § 7 ust. 1 OWU.

Od dnia 1 czerwca 2015 r. umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez UPC były zawierane na podstawie OWU, w którym wprowadzony był już zapis § 2 ust. 4 w następującym brzmieniu:

Dostawca usług jest uprawniony do zmiany Cennika poprzez podwyższenie opłat abonamentowych o nie więcej niż 5% w ciągu roku kalendarzowego - w stosunku do wysokości danej opłaty na ostatni dzień poprzedniego roku kalendarzowego. Uprawnienie to nie przysługuje w przypadku Umów Abonenckich zawartych na czas określony oraz w Okresie Zobowiązania.

Następnie, w drodze ww. wiadomości przesyłanych do konsumentów UPC informował konsumentów, których obowiązywała ww. treść § 2 ust. 4 OWU o zmianie tego zapisu.

Z kolei konsumentom, których zapis ten nie obowiązywał, z uwagi na fakt zawarcia umów przed 1 czerwca 2015 r. przekazywano informację o wprowadzeniu tego zapisu do łączącego ich z przedsiębiorcą stosunku prawnego.

W wyniku zmiany zapis § 2 ust. 4 OWU miał uzyskać następujące brzmienie:

Dostawca usług jest uprawniony do podniesienia łącznej wysokości uiszczanych przez Abonenta miesięcznych opłat abonamentowych, nie częściej niż jeden raz w roku kalendarzowym i każdorazowo nie więcej niż o 8 zł. Uprawnienie to nie przysługuje w przypadku Umów Abonenckich zawartych na czas określony oraz w Okresie Zobowiązania.

Jednocześnie, zmianie uległa także treść § 7 ust. 1 OWU i otrzymała następujące brzmienie:

Z zastrzeżeniem zmian Umowy Abonenckiej dokonanej na wniosek Abonenta, zmian o których mowa w paragraf § 5 powyżej oraz w ust. 2 poniżej, Dostawca usług powiadamia Abonenta na piśmie o zmianie Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika z wyprzedzeniem co najmniej jednego miesiąca przed wprowadzeniem tych zmian w życie. O ile Abonent tego zażądał, Dostawca usług przesyła zawiadomienie wyłącznie w formie zwykłej wiadomości elektronicznej na wskazany przez Abonenta w tym celu adres poczty elektronicznej.

Zmiana treści § 2 ust. 4 i § 7 ust. 1 wzorca nastąpiła w dniu 1 grudnia 2015 r. jednak z uwagi na rozsyłanie informacji do konsumentów w różnych terminach w stosunku do poszczególnych grup konsumentów miały one zacząć ich obowiązywać w terminach 1 grudnia 2015r., 1 stycznia, 1 lutego i 1 marca 2016 r.

Przedmiotowa wiadomość została skierowana do klientów UPC, którzy mieli zawartą umowę na czas nieoznaczony i nie byli związani zobowiązaniem promocyjnym.

Zmianą zapisów OWU objętych zostało [tajemnica przedsiębiorstwa] konsumentów i dotyczyła ona wszystkich usług, jakie UPC świadczy konsumentom.

W toku postępowania przedsiębiorca przedłożył wzory pism kierowanych do konsumentów, w których byli oni informowani o zmianie warunków świadczenia usług. W pismach tych znajdowały się informacje o następującej treści:

(przykład 1)

(...) Jednocześnie informujemy o ważnych zmianach dotyczących opłat abonamentowych. W załączeniu przesyłamy Ogólne Warunki Umowy Abonenckiej. Dla Państwa wygody zaznaczyliśmy w nich wszystkie zmienione lub dodane postanowienia.

Zmiany obowiązują od 1 grudnia 2015r. Jeśli akceptują Państwo te zmiany, nie muszą Państwo podejmować żadnych działań.

W przypadku jakichkolwiek wątpliwości, prosimy o kontakt pod numerem 801 94 94 80 (z telefonów stacjonarnych), 32 494 94 80 (z telefonów komórkowych). Jesteśmy do Państwa dyspozycji i odpowiemy na wszystkie pytania.

W przypadku braku akceptacji zmian, przysługuje Państwu prawo do rozwiązania Umowy Abonenckiej. Pisemne oświadczenie o rozwiązaniu Umowy powinno zostać doręczone do UPC (pocztą na adres: Murckowska 14c, 40-265 Katowice lub w Salonie Sprzedaży UPC) do dnia 30 listopada 2015 r. Jeśli zdecydują się Państwo rozwiązać Umowę, UPC Polska nie będzie ubiegać się o zwrot przyznanych Państwu ulg w abonamencie.

(przykład 2)

(...) Dodatkowo informujemy o ważnych zmianach dotyczących usługi telewizyjnej oraz opłat abonamentowych.

W załączeniu przesyłamy Ogólne Warunki Umowy Abonenckiej, Regulamin Świadczenia Usług oraz Wykaz Programów prezentujący nowy kształt usługi telewizyjnej. Dla Państwa wygody w Ogólnych Warunkach Umowy Abonenckiej i Regulaminie zaznaczyliśmy wszystkie zmienione lub dodane postanowienia.

Zmiany obowiązują od 1 grudnia 2015r. Jeśli akceptują Państwo te zmiany, nie muszą Państwo podejmować żadnych działań.

W przypadku jakichkolwiek wątpliwości, prosimy o kontakt pod numerem 801 94 94 80 (z telefonów stacjonarnych), 32 494 94 80 (z telefonów komórkowych). Jesteśmy do Państwa dyspozycji i odpowiemy na wszystkie pytania.

W przypadku braku akceptacji zmian, przysługuje Państwu prawo do rozwiązania Umowy Abonenckiej. Pisemne oświadczenie o rozwiązaniu Umowy powinno zostać doręczone do UPC (pocztą na adres: Murckowska 14c, 40-265 Katowice lub w Salonie Sprzedaży UPC) do dnia 30 listopada 2015 r. Jeśli zdecydują się Państwo rozwiązać Umowę, UPC Polska nie będzie ubiegać się o zwrot przyznanych Państwu ulg w abonamencie.

Zgodnie z oświadczeniem przedsiębiorcy, zmiana w zapisach OWU została dokonana na podstawie § 7 ust. 1 OWU o treści:

- § 7 ust. 1 OWU w wersji OWU sprzed 1 czerwca 2015r.

Z zastrzeżeniem zmian Umowy Abonenckiej dokonanej na wniosek Abonenta, zmian o których mowa w § 6 powyżej oraz w ust. 2 poniżej, Dostawca usług powiadamia Abonenta o zmianie Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika z wyprzedzeniem co najmniej jednego miesiąca przed wprowadzeniem tych zmian w życie - na piśmie lub w formie wiadomości elektronicznej opatrzonej bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu. O ile Abonent tego zażądał, Dostawca usług przesyła zawiadomienie wyłącznie w formie zwykłej wiadomości elektronicznej, na wskazany przez Abonenta w tym celu adres poczty elektronicznej.

- § 7 ust. 1 OWU w wersji OWU od 1 czerwca 2015r.

Abonent, nie później niż do dnia wejścia w życie zmian Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika, może doręczyć Dostawcy usług pisemne oświadczenie o wypowiedzeniu Umowy Abonenckiej z powodu braku akceptacji zmian Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika. W przypadku doręczenia takiego oświadczenia Umowa Abonencka ulegnie rozwiązaniu w dniu poprzedzającym zmianę Cennika, Umowy Abonenckiej lub Regulaminu. Brak pisemnego oświadczenia Abonenta w powyższym terminie oznacza akceptację zmian.

Przedsiębiorca wskazał ponadto, iż dokonana przez Spółkę modyfikacja zapisów OWU miała swoje oparcie w art. 60a ust. 1 oraz art. 61 ust. 5 ptU.

3.

W toku postępowania administracyjnego ustalono także, że Spółka w dniach 29 października, 23 listopada, 26 listopada, 23 grudnia 2015r. oraz 21 stycznia i 29 stycznia 2016r. wystąpiła w formie pisemnej (listem zwykłym) lub poprzez wiadomość e-mail do konsumentów z informacją o zmianie w zapisach Regulaminu. Spółka informowała, iż z dniem 1 grudnia 2015r., 1 stycznia, 1 lutego i 1 marca 2016r. (w zależności do daty wystania informacji) dokonała zmiany treści § 2 pkt 14 Regulaminu oraz wprowadzenia nowych

zapisów § 2 pkt 8, § 2 pkt 12 i § 2 pkt 36 Regulaminu. Informowano także o dokonaniu zmiany § 18 Regulaminu.

UPC informowało o następujących zmianach w treści Regulaminu:

§ 2 pkt 14 Regulaminu miał zostać przeniesiony do § 2 pkt 16 i zmienić swoją treść z następującej:

Pakiet Taryfowy - określona w Cenniku Usługa, grupa Usług lub Programów dostępnych na danym terenie, objętych jedną opłatą abonamentową;
na następującą:

Pakiet Taryfowy - określona w Cenniku Usługa, grupa Usług, Programów lub Kategorii Programów dostępnych na danym terenie, objęta jedną opłatą abonamentową;
Miały zostać dodane zapisy § 2 pkt 8, § 2 pkt 12 i § 2 pkt 36 Regulaminu:

8) Kategoria Programów - grupa Programów wyróżniona ze względu na ich profil tematyczny lub inne cechy, wskazana w Wykazie Programów;

12) Minimalna Liczba Programów - wskazana w Wykazie Programów minimalna liczba Programów w ramach danej Kategorii Programów;

36) Wykaz Programów - załącznik do Umowy Abonenckiej opisujący poszczególne Kategorie Programów oraz Minimalną Liczbę Programów w ramach poszczególnych Kategorii Programów;

§ 18 Regulaminu miał zaś zmienić swoją treść z poniższej:

1. Dostawca usług zobowiązuje się dostarczać do zainstalowanego w Lokalu Zakończenia Sieci sygnały Programów o jakości zgodnej z właściwymi normami technicznymi.

2. Abonentowi mogą zostać udostępnione bez dodatkowych opłat dodatkowe Programy w szczególności w okresach testowych i promocyjnych. Zarówno udostępnianie jak i wycofywanie takiego Programu nie wymaga zmiany Umowy Abonenckiej, ani uprzedniego powiadomienia o tym Abonenta.

3. Dostawca usług ma prawo do zastępowania Programów w ramach Pakietu Taryfowego przez inne Programy lub zmniejszenia ich liczby, przy czym w przypadku Umów Abonenckich zawieranych na czas określony lub w Okresie Zobowiązania, prawo to może być wykonane przez Dostawcę usług wyłącznie z ważnych przyczyn prawnych, technicznych, organizacyjnych lub ekonomicznych. W szczególności zalicza się do nich: utratę uprawnień do reemisji, zaprzestanie nadawania Programów przez nadawców, zmianę satelity nadawania, zmianę systemu nadawania. O zmianach takich Abonenci będą informowani poprzez powiadomienie na piśmie, drogą elektroniczną lub za pomocą stosownego komunikatu tekstowego emitowanego na ekranie odbiornika telewizyjnego, na 14 dni przed wprowadzeniem zmiany, chyba że zachowanie tego terminu nie będzie możliwe z przyczyn niezależnych od Dostawcy usług. W takim przypadku Abonentowi przysługuje prawo do rozwiązania Umowy Abonenckiej bez zachowania terminu wypowiedzenia, jednakże nie później niż w ciągu miesiąca od dokonania zmiany, ze skutkiem na koniec Okresu Rozliczeniowego, w którym przyjęto oświadczenie Abonenta o rozwiązaniu Umowy Abonenckiej bez zachowania okresu wypowiedzenia. Jeżeli zmiana w Pakiecie Taryfowym polegająca na zastąpieniu Programu przez inny Program lub na zmniejszeniu liczby Programów dotyczy wyłącznie telewizyjnej usługi dodatkowej zamówionej w trybie § 5 ust. 1 Umowy Abonenckiej, prawo Abonenta do rozwiązania Umowy Abonenckiej ogranicza się do tej usługi dodatkowej.

4. Dostawca usług zastrzega sobie prawo emisji Programów w pełnym paśmie częstotliwości w Sieci. Zmiana częstotliwości emisji Programu nie stanowi zmiany Umowy Abonenckiej.

O takiej zmianie Abonenci będą informowani, w szczególności na antenie programu informacyjnego Dostawcy usług.

5. Dostawca usług może dostarczać w ramach Usługi Telewizji Cyfrowej bez dodatkowych opłat Programy Analogowe stanowiące usługę dodatkową. Rodzaj i liczba Programów Analogowych stanowiących usługę dodatkową w ramach Usługi Telewizji Cyfrowej określana jest przez Dostawcę usług. W zakresie świadczenia wskazanych w niniejszym ustępie usług dodatkowych, postanowienia ust. 2 stosuje się odpowiednio.

6. Dostawca usług nie ponosi odpowiedzialności za treść i formę Programów.

7. Abonent może kopiować Programy w całości lub ich części wyłącznie dla własnego użytku osobistego, jeżeli nie łączy się z tym osiąganie korzyści majątkowych. Dostawca usług może ograniczyć nagrywanie Programów i innych treści na zewnętrznych nośnikach danych.

8. Dostawca usług nie ponosi odpowiedzialności za prawidłowość dostarczonych przez nadawców informacji o audycjach telewizyjnych, zawartych w treści elektronicznego przewodnika po programach.

9. Abonent uprawniony jest do korzystania z Usługi Telewizji Kablowej wyłącznie na użytek własny, w sposób niełączyący się z osiąganiem korzyści majątkowych, w Lokalu, który ze względu na swój charakter nie jest dostępny dla większej - nieograniczonej lub ograniczonej - grupy osób, chyba że Umowa Abonencka stanowi inaczej.

na następującą:

1. Dostawca usług zobowiązuje się dostarczać do zainstalowanego w Lokalu Zakończenia Sieci sygnał umożliwiający korzystanie z Usług Telewizji Kablowej, o jakości zgodnej z właściwymi normami technicznymi.

2. Dostawca usług zobowiązuje się dostarczać Abonentowi Programy w liczbie nie mniejszej niż Minimalna Liczba Programów w danej Kategorii Programów objętej Umową Abonencką, posiadające cechy wskazane w opisie danej Kategorii Programów. Rodzaj oraz liczba Programów dostarczanych Abonentowi w ramach poszczególnych Kategorii Programów określana jest przez Dostawcę usług.

3. Dostawca usług nie jest zobowiązany dostarczać Abonentowi Programów w ramach Kategorii Programów objętych Umową Abonencką w liczbie większej niż Minimalna Liczba Programów.

4. Abonentowi mogą zostać udostępnione bez dodatkowych opłat dodatkowe Programy w szczególności w okresach testowych i promocyjnych. Zarówno udostępnianie jak i wycofywanie takiego Programu nie wymaga zmiany Umowy Abonenckiej, ani uprzedniego powiadomienia o tym Abonenta.

5. Z zastrzeżeniem ust. 2 powyżej, zastąpienie Programu przez inny Program oraz zwiększenie lub zmniejszenie liczby Programów dostarczanych w ramach danej Kategorii Programów, nie stanowi zmiany Umowy Abonenckiej. O zmianach takich Abonenci będą informowani przez powiadomienie na piśmie lub drogą elektroniczną, w tym za pomocą informacji dostarczonej za pośrednictwem odpowiedniego Dekodera, lub za pomocą stosownego komunikatu tekstowego emitowanego na ekranie odbiornika telewizyjnego, na 30 dni przed wprowadzeniem zmiany, chyba że zachowanie tego terminu nie będzie możliwe z przyczyn niezależnych od Dostawcy usług.

6. Dostawca usług zastrzega sobie prawo emisji Programów w pełnym paśmie częstotliwości w Sieci. Zmiana częstotliwości emisji Programu nie stanowi zmiany Umowy Abonenckiej. O takiej zmianie Abonenci będą informowani, w szczególności na antenie programu informacyjnego Dostawcy usług.

7. Dostawca usług może dostarczać w ramach Usługi Telewizji Cyfrowej bez dodatkowych opłat Programy Analogowe stanowiące usługę dodatkową. Rodzaj i ilość Programów Analogowych stanowiących usługę dodatkową w ramach Usługi Telewizji Cyfrowej określana jest przez Dostawcę usług. W zakresie świadczenia wskazanych w niniejszym ustępie usług dodatkowych, postanowienia ust. 2 stosuje się odpowiednio.

8. Dostawca usług nie ponosi odpowiedzialności za treść i formę Programów.

9. Abonent może kopiować Programy w całości lub ich części wyłącznie dla własnego użytku osobistego, jeżeli nie łączy się z tym osiąganie korzyści majątkowych. Dostawca usług może ograniczyć nagrywanie Programów i innych treści na zewnętrznych nośnikach danych.

10. Dostawca usług nie ponosi odpowiedzialności za prawidłowość dostarczonych przez nadawców informacji o audycjach telewizyjnych, zawartych w treści elektronicznego przewodnika po programach.

11. Abonent uprawniony jest do korzystania z Usługi Telewizji Kablowej wyłącznie na użytek własny, w sposób nie łączący się z osiąganiem korzyści majątkowych, w Lokalu który ze względu na swój charakter nie jest dostępny dla większej - nieograniczonej lub ograniczonej - grupy osób, chyba że Umowa Abonencka stanowi inaczej.

Zmiana treści ww. zapisów wzorca Regulaminu nastąpiła w dniu 1 czerwca 2015 r. jednak z uwagi na rozsyłanie informacji do konsumentów w różnych terminach w stosunku do poszczególnych grup konsumentów miały one zacząć ich obowiązywać w terminach 1 grudnia 2015 r., 1 stycznia, 1 lutego i 1 marca 2016 r.

Przedmiotowe wiadomości zostały skierowane do klientów UPC, którzy w dniu wysłania korespondencji korzystali z usługi telewizji cyfrowej za pośrednictwem dekodерów Mediabox oraz Kaon.

Przy okazji zmiany Regulaminu, do abonentów została skierowana także komunikacja o zmianach postanowień OWU (pkt 1. 2 sentencji niniejszej decyzji) oraz nowe Wykazy Programów. Szczegółowa treść dodatkowej komunikacji była uzależniona od usług świadczonych poszczególnym konsumentom oraz dekodерów, z których korzystali w dniu nadania korespondencji. Zakres informacji o usługach dodatkowych różnił się także w zależności od tego czy abonent wyraził zgodę na otrzymywanie komunikacji marketingowej.

Informacja została skierowana do konsumentów, którzy mieli zawartą umowę na czas nieoznaczony i nie byli związani zobowiązaniem promocyjnym.

Zmianą zapisów Regulaminu objętych zostało [tajemnica przedsiębiorstwa] konsumentów.

W toku postępowania przedsiębiorca przedłożył wzory pism kierowanych do konsumentów, w których byli oni informowani o zmianie zapisów Regulaminu. Treść tych pism była analogiczna do cytowanych w przypadku zarzutu nr 1.2 sentencji niniejszej decyzji dotyczącego zmiany OWU. Informowanie o zmianach w OWU i Regulaminie miało bowiem miejsce jednocześnie.

Zgodnie z oświadczeniem przedsiębiorcy, zmiana w zapisach Regulaminu została dokonana na podstawie § 7 ust. 1 OWU o treści:

- § 7 ust. 1 OWU w wersji OWU sprzed 1 czerwca 2015r.

Z zastrzeżeniem zmian Umowy Abonenckiej dokonanej na wniosek Abonenta, zmian o których mowa w § 6 powyżej oraz w ust. 2 poniżej, Dostawca usług powiadamia Abonenta o zmianie Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika z wyprzedzeniem co najmniej jednego miesiąca przed wprowadzeniem tych zmian w życie - na piśmie lub w formie wiadomości elektronicznej opatrzonej bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu. O ile Abonent tego zażądał, Dostawca usług przesyła zawiadomienie wyłącznie w formie zwykłej wiadomości elektronicznej, na wskazany przez Abonenta w tym celu adres poczty elektronicznej.

- § 7 ust. 1 OWU w wersji OWU od 1 czerwca 2015r.

Abonent, nie później niż do dnia wejścia w życie zmian Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub Cennika, może doręczyć Dostawcy usług pisemne oświadczenie o wypowiedzeniu Umowy Abonenckiej z powodu braku akceptacji zmian Umowy Abonenckiej, Regulaminu lub

Cennika. W przypadku doręczenia takiego oświadczenia Umowa Abonencka ulegnie rozwiązaniu w dniu poprzedzającym zmianę Cennika, Umowy Abonenckiej lub Regulaminu. Brak pisemnego oświadczenia Abonenta w powyższym terminie oznacza akceptację zmian.

Przedsiębiorca wskazał ponadto, iż dokonana przez Spółkę modyfikacja zapisów OWU miała swoje oparcie w art. 60a ust. 1 oraz art. 61 ust. 5 ptU.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

Naruszenie interesu publicznego

Prezes UOKiK, zgodnie z art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 i 1086; dalej: okiU), podejmuje się ochrony interesów konsumentów wyłącznie w interesie publicznym, tzn. wtedy, gdy daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach.² Warunkiem koniecznym do uruchomienia instrumentów określonych w tej ustawie jest zatem zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorców naruszają jej przepisy i jednocześnie stanowią zagrożenie dla interesu publicznego, bądź też naruszają ten interes.

Niniejsza decyzja dotyczy stosowania przez Przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w zakresie modyfikacji warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, a więc praktyki dotyczącej usług, z których konsumenci korzystają powszechnie.

Zasięg geograficzny działalności telekomunikacyjnej UPC obejmuje cały kraj i niemal 1,5 mln klientów. Zasięg działania jak i liczba klientów przedsiębiorcy stale wzrasta. UPC zwiększył zasięg swojej sieci do 3,5 mln gospodarstw domowych. Z danych tych wynika, że skala prowadzonej działalności gospodarczej przez UPC jest ogromna i stale wzrasta. Kwestionowane praktyki są stosowane przez Przedsiębiorcę powszechnie w ramach działalności gospodarczej, zatem stosowane są w stosunku do wszystkich konsumentów korzystających z usług świadczonych przez UPC i będą stosowane w stosunku do tych konsumentów, którzy nawiążą stosunek prawny z UPC. Usługi te są z kolei usługami powszechnymi, z których konsumenci korzystają masowo. Oznacza to zatem, że wyżej wskazane praktyki dotyczą nieokreślonego z góry kręgu adresatów, a zatem mogły naruszać zbiorowy interes konsumentów. Uznać wobec tego należy, iż niniejsze postępowanie prowadzone jest w interesie publicznym.

Uprawdopodobnienie stosowania przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie z art. 24 ust. 1 okiU, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast art. 24 ust. 2 uokikU³ stanowi, że przez praktykę

²Por. Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 stycznia 2009 r., sygn. akt: XVII Ama 26/08.

³ W dniu 17 kwietnia 2016r. przepis art. 24 okiU uległa zmianie i zmieniła swą w treść z poniższej:

Art. 24 1. Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

2. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności:

1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 47945 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2014 r. poz. 101, z późn. zm.5));

2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji;

3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

3. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

na następującą:

Art. 24 1. Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy. Dla uznania działania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy zatem wykazać, że spełnione zostały kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

1. oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
2. zachowanie przedsiębiorcy jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami,
3. zachowanie to godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

Jak stanowi art. 28 ust. 1 okikU, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1 okikU, lub będących podstawą wszczęcia postępowania - że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 okikU, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24 okikU, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

Istota decyzji zobowiązującej polega na zawarciu quasi-porozumienia pomiędzy Prezesem UOKiK a przedsiębiorcą⁴. W doktrynie podkreśla się, że decyzja zobowiązująca stanowi jeden z najbardziej skutecznych mechanizmów będących w dyspozycji Prezesa UOKiK, których celem jest doprowadzenie działań przedsiębiorców do stanu zgodności z prawem ochrony konkurencji i konsumentów. Przyczyną wysokiej skuteczności procedury zobowiązującej jest przede wszystkim proporcjonalne rozłożenie obciążeń i korzyści po obu stronach tej relacji administracyjno-prawnej. Każda ze stron, tj. Prezes UOKiK i przedsiębiorca wnosi swoisty „wkład” w doprowadzenie do stanu zgodności z prawem, poświęcając z reguły pewne wartości, a w zamian zyskując inne, przy czym ostatecznie zyskuje konsument, którego interes podlega szczególnej ochronie⁵.

Analiza przepisu art. 28 ust. 1 okikU pozwala stwierdzić, że Prezes UOKiK może wydać powyższą decyzję w sytuacji łącznego spełnienia przesłanek:

1. uprawdopodobnienia w trakcie postępowania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów;
2. zobowiązania się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków;
3. uznania przez Prezesa UOKiK za celowe nałożenie obowiązku wykonania przedłożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania.

2. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności:

- 1) (uchylony)
- 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji;
- 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji;
- 4) proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru.

3. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

Powyższa zmiana nie ma znaczenia dla oceny bezprawności praktyk UPC, gdyż te opierają się na działaniu sprzecznym z prawem.

⁴ D. Miąsik (w:) T. Skoczny (red.), Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz, Warszawa 2009 r., s. 1048.

⁵ J. Sroczyński, Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów: decyzja zobowiązująca (uwagi praktyczne oraz de lege ferenda), IKAR 1/2012, s. 99.

Uprawdopodobnienie w omawianym przypadku oznacza, że Prezes Urzędu odstępuje od udowodnienia określonych faktów.

Ad. 1. Uprawdopodobnienie w trakcie postępowania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów

Status przedsiębiorcy

Przepisy art. 4 pkt 1 okikU w zw. z obowiązującym do 30 kwietnia 2018r. art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. *o swobodzie działalności gospodarczej* (Dz.U. z 2017 r., poz. 2168, dalej: **sdgU**) a obecnie art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 marca 2018r. *Prawo przedsiębiorców* (Dz.U. z 2019r., poz. 1292; dalej: **ppU**) definiują przedsiębiorcę jako osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą - czyli zgodnie z nieobowiązującym już art. 2 sdgU i aktualnym art. 3 ppU zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową a także zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

UPC jest osobą prawną prowadzącą działalność gospodarczą, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000273136. Z odpisu z tegoż Rejestru wynika, że Przedsiębiorca prowadzi działalność głównie w zakresie telekomunikacji przewodowej, działalność w zakresie telekomunikacji bezprzewodowej, z wyłączeniem telekomunikacji satelitarnej oraz działalność w zakresie pozostałej telekomunikacji, a zatem jego działalność ma charakter zorganizowany, ciągły i zarobkowy.

Wobec powyższego należy uznać, iż zostało uprawdopodobnione, że UPC spełnia przesłanki, jakich wyżej powołane ustawy wymagają do uznania podmiotu za przedsiębiorcę. W konsekwencji jego działania mogą być poddane ocenie w toku postępowania przed Prezesem UOKiK.

Sprzeczność zachowania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami

W świetle przepisu art. 24 ust. 2 pkt 3 okikU w brzmieniu obowiązującym do 16 kwietnia 2016r. przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. *o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz.U. z 2017r., poz. 2070, dalej: **pnprU**), stosowana przez przedsiębiorcę względem konsumentów 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 jej zawarciu.

Model przeciętnego konsumenta

Nieuczciwe praktyki rynkowe podlegają również ocenie z punktu widzenia ustalonego modelu przeciętnego konsumenta. Zgodnie z przepisem art. 2 pkt 8 pnprU za przeciętnego uznaje się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Wymaga zarazem dokonania oceny tych cech 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 lub umysłowa.

W przedmiotowej sprawie praktyki dotyczą umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawieranych przez przedsiębiorcę z grupą konsumentów, która nie charakteryzuje się szczególnymi cechami. Klientami UPC są różne osoby, w różnym wieku, o zróżnicowanym wykształceniu i dochodach oraz świadomości o otaczającej ich rzeczywistości. Na potrzeby niniejszej sprawy konstrukcję modelu przeciętnego konsumenta należy zatem stworzyć bez odwoływania się do przynależności do szczególnej grupy konsumentów.

a) *Naruszenie dobrych obyczajów*

Ponadto, w celu uprawdopodobnienia, że wskazane w sentencji niniejszej decyzji działania Spółki mogą stanowić nieuczciwą praktykę rynkową konieczne jest uprawdopodobnienie, że niniejsze praktyki sprzeczne są z dobrymi obyczajami.

Pojęcie dobrych obyczajów nie jest w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak zasady współżycia społecznego, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań doktryny. Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etyczno-moralnym, a na ich treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne, stanowiące uzupełnienie porządku prawnego.

Warto jednak w tym miejscu nadmienić, iż 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 postępowania⁶. W relacjach przedsiębiorców z konsumentami, istota zachowań zgodnych z dobrymi obyczajami została przedstawiona i wielokrotnie interpretowana w judykaturze. Zgodnie z wypracowanym w orzecznictwie stanowiskiem stwierdzić należy, iż „*istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko rozumiany szacunek dla człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniem uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, także wykorzystania jego niewiedzy i naiwności*”⁷.

W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy ocenić jako prawo konsumenta do otrzymania rzetelnej, zgodnej z przepisami prawa informacji. To właśnie informacja, której konsekwencją jest zmiana warunków umowy, która to nie ma oparcia w przepisach prawa może powodować niczym nieuzasadnioną zmianę zachowania konsumenta, który pod jej wpływem postąpi w sposób odmienny, niżby to czynił w ramach pierwotnych warunków umowy, niesprokowany informacją, którą otrzymał od przedsiębiorcy. Dobre obyczaje należy utożsamiać również z koniecznością przestrzegania przez UPC obowiązku dotrzymania zawartych z konsumentami umów i niedokonywania ich arbitralnej zmiany bez wyraźnej podstawy prawnej zawartej w tej umowie.

W ocenie Prezesa UOKiK, naruszenie dobrych obyczajów przez Spółkę mogło polegać na informowaniu konsumentów o jednostronnej zmianie warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej na czas nieoznaczony w zakresie elementów przedmiotowo istotnych umowy, tj. ceny usługi i postanowień dotyczących świadczenia Przedsiębiorcy, bez wskazania w tychże umowach przesłanek, które

⁶ K. Pietrzykowski (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz*, Warszawa 2002 r., str. 804.

⁷ Wyrok SOKiK z dnia 23 lutego 2006 r., sygn. akt XVII Ama 118/04.

umożliwiałyby przedsiębiorcy podwyższenie - w trakcie umowy - ceny miesięcznego abonamentu lub zmiany postanowień zawartej z konsumentem umowy. Uczciwość kupiecka w relacji z konsumentami nakazuje przedsiębiorcy powstrzymania się od przekazywania konsumentom informacji, które mają charakter bezprawny i mogą naruszać jego interesy, w tym prawa nabyte, które wynikają z zawartych i wykonywanych aktualnie umów. Jednocześnie, przedsiębiorca zobowiązany jest do wykonywania usług na warunkach wskazanych w umowie, a wszelkie ewentualne, następcze i jednostronne modyfikacje świadczeń obu stron umowy powinny zostać określone w postanowieniach umownych, aby konsument - zawierając umowę o świadczenie usługi telekomunikacyjnej - mógł przewidzieć, pod jakimi warunkami możliwa jest ich zmiana, np. ceny czy jakości świadczonych przez przedsiębiorcę usług. Dopiero ziszczenie się określonej przestanki wskazanej w klauzuli modyfikacyjnej zezwalałoby przedsiębiorcy na dokonanie zmian w zawartym kontrakcie. Jak słusznie zauważył Sąd Najwyższy: „w płaszczyźnie stosunków kontraktowych zasady te wyrażają się istnieniem powszechnie akceptowanych reguł przyzwoitego zachowania się wobec kontrahenta. Szczególne znaczenie mają reguły uczciwości i rzetelności tzw. „kupieckiej”, których należy wymagać od przedsiębiorcy - profesjonalisty na rynku, a mianowicie przestrzegania dobrych obyczajów, zasad uczciwego obrotu, rzetelnego postępowania czy lojalności i zaufania⁸”. Zdaniem organu ochrony konsumentów, zasady uczciwości i rzetelności kupieckiej przy wykonaniu umów powinny uwzględniać również interes konsumentów, a przynajmniej go nie naruszać. Działania przedsiębiorcy nie powinny dążyć do naruszenia nabytych praw słabszej strony kontraktu, w tym wypadku niezmienności warunków umowy z uwagi na brak odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej zawartej w kontrakcie lub niewystąpienie okoliczności tam wskazanych. Powyższe oznacza, że dokonanie zmiany warunków umowy w trakcie trwania stosunku obligacyjnego możliwe jest tylko i wyłącznie w sytuacji istnienia materialnoprawnej podstawy umownej dopuszczającej taką czynność oraz wystąpienia tych przestanków w trakcie wykonywanej umowy.

Taką podstawą jest odpowiednia (tzn. nienaruszająca art. 385¹ § 1 k.c.) klauzula modyfikacyjna, która w sposób precyzyjny, jednoznaczny i zrozumiały wskazuje okoliczności faktyczne warunkujące możliwość dokonania tej zmiany. Powyższa zasada wynika z wprost z art. 385³ pkt 10 k.c., który pozwala uznać za abuzywną klauzulę, postanowienie uprawniające przedsiębiorcę do jednostronnej zmiany umowy bez ważnej przyczyny wskazanej w tej umowie (jednocześnie określenie ważnych przyczyn nie może naruszać zasady przyjętej w art. 385³ pkt 9 k.c.). Takie konkluzje wynikają również z wykładni art. 385³ pkt 15 k.c., który wskazuje, że w razie wątpliwości uważa się, że niedozwolonymi postanowieniami umownymi są te, które zastrzegają dla przedsiębiorcy uprawnienie wypowiedzenia umowy zawartej na czas nieoznaczony, bez wskazania ważnych przyczyn i stosownego terminu wypowiedzenia. Skoro więc abuzywnym postanowieniem umownym jest klauzula umożliwiająca przedsiębiorcy wypowiedzenie umowy na czas nieoznaczony bez ważnych przyczyn, to takie same reguły dotyczą również możliwości dokonania zmiany warunków umowy przez tego przedsiębiorcę, które to - w zakresie w jakim przyznają prawo do wypowiedzenia umowy przez konsumenta w sytuacji niezaakceptowania zmian - wywołują identyczny skutek polegający na rozwiązaniu trwającego kontraktu. W przeciwnym przypadku przedsiębiorca wiedząc, że nie może dowolnie wypowiedzieć umowy, ale jednocześnie jest uprawniony do dowolnej zmiany kontraktu - wprowadziłby do wykonywanych umów takie postanowienia (nowe obowiązki po stronie konsumenta w zakresie podwyższenia opłaty za świadczoną usługę, czy też obniżenie zakresu świadczonych usług przez przedsiębiorcę za tożsamą cenę), aby wymusić na konsumentach wypowiedzenie umowy z tytułu niezaakceptowania proponowanych zmian.

W gospodarce rynkowej takie działania mogą wystąpić np. w sytuacji, w której przedsiębiorca nie doszacuje kosztów świadczonych usług (i zaplanuje ich wykonywanie poniżej przewidywanej rentowności) lub zmianie ulegną okoliczności rynkowe, których przedsiębiorca nie przewidział (albo wiedział, że mogą wystąpić, ale liczył na to, że taka

⁸ Wyrok SN z dnia 22 czerwca 2010 r., sygn. IV CSK 555/09.

sytuacja nie będzie miała miejsca). Charakterystyczną cechą takiego rozwiązania jest również to, że konsument nie może wyrazić „sprzeciwu” i kontynuować umowy na niezmienionych warunkach (na tzw. „starych zasadach”).

Przedmiotowy obowiązek - tj. zamieszczenie odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej - jest szeroko akceptowany w doktrynie, w której również podkreśla się, że taka klauzula nie powinna mieć charakteru blankietowego, ponieważ legitymizuje działania jednej ze stron umowy wpływające na prawa i obowiązki drugiej z nich⁹. Podobne stanowisko prezentowane jest również w orzecznictwie, w którym z kolei wskazuje się, że zmiana treści stosunku zobowiązaniowego przez związanie wzorcem wydanym w czasie trwania tego stosunku dopuszczalna jest tylko wtedy, gdy taka możliwość została przewidziana w umowie lub we wzorcu poprzez zastrzeżenie odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej¹⁰. W jednym z najnowszych orzeczeń tego dotyczących Sąd Najwyższy prawidłowo wskazał, że (...) zgodnie z art. 384¹ kc, wzorzec wydany w czasie trwania stosunku umownego o charakterze ciągłym wiąże drugą stronę, jeżeli zostały zachowane wymagania określone w art. 384 kc, a druga strona nie wypowiedziała umowy w najbliższym terminie wypowiedzenia. W orzecznictwie przyjmuje się jednak, że zmiana treści stosunku zobowiązaniowego przez związanie wzorcem wydanym w czasie trwania tego stosunku dopuszczalna jest tylko wtedy, gdy taka możliwość została przewidziana w umowie lub we wzorcu poprzez zastrzeżenie klauzuli modyfikacyjnej (zob. np. uchwałę składu siedmiu sędziów Sądu Najwyższego z dnia 6 marca 1992 r., III CZP 141/91, OSNC 1992, nr 6, poz. 90, uchwałę Sądu Najwyższego z dnia 19 maja 1992 r., III CZP 50/92, OSP 1993, nr 6, poz. 119 oraz wyrok Sądu Najwyższego z dnia 5 kwietnia 2002 r., II CKN 933/99, nie publ.). Pogląd taki dominuje również w nauce prawa, przy czym jego zwolennicy podkreślają, że w przeciwnym wypadku możliwe byłoby wnoszenie do treści ukształtowanego stosunku zobowiązaniowego dowolnych zmian niekiedy tylko w tym celu, by druga strona skorzystała z możliwości wypowiedzenia. Klauzula modyfikacyjna - jak przyjmuje się w orzecznictwie - powinna być dostatecznie skonkretyzowana i wskazywać okoliczności uprawniające do zmiany wzorca (...) ¹¹.

W zakresie konieczności zawarcia w warunkach umowy odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej w sytuacji, w której przedsiębiorca ma zamiar dokonywać zmiany umowy w trakcie jej trwania, wypowiedział się również TSUE. Uznał on, że „do celów przestrzegania wymogu przejrzystości zasadnicze znaczenie zyskuje kwestia, czy umowa o kredyt wskazuje w sposób przejrzysty powody i specyfikę mechanizmu zmiany stopy procentowej i związek między tym warunkiem a innymi warunkami dotyczącymi wynagrodzenia kredytodawcy, tak by poinformowany konsument mógł przewidzieć, w oparciu o jednoznaczne i zrozumiałe kryteria, wyływające dla niego z tego faktu konsekwencje ekonomiczne¹²”. W innym orzeczeniu Trybunał zauważył, że „w celu oceny, czy standaryzowana klauzula umowna, na podstawie której przedsiębiorstwo zaopatrzenia zastrzega sobie prawo do zmiany opłat za dostawę gazu, odpowiada bądź nie odpowiada ustanowionym przez te przepisy wymogom dobrej wiary, równowagi i przejrzystości, istotnego znaczenia nabierają w szczególności:

⁹ K. Zagrobelny, *Kodeks cywilny Komentarz pod red. E. Gniewek*, Warszawa 2006, s. 589; M. Śmigiel, M. Śmigiel, *Wzorce umów jako czynnik kształtujący zobowiązaniowe stosunki prawne - ewolucja instytucji*, [w:] *O źródłach i elementach stosunków cywilnoprawnych*, pod red. E. Gniewka, Kraków 2000, s.358; W. Popiołek, *Kodeks Cywilny Komentarz pod red. K. Pietrzykowskiego*, t. I, Warszawa 2005, s.797; M. Bednarek, *System prawa prywatnego pod red. E. Łętowskiej*, t. V, *Prawo zobowiązań - część ogólna*, Warszawa 2006, s. 695; A. Olejniczak, *Komentarz do art. 384¹ Kodeksu cywilnego*, LEX, stan prawny: 01 maja 2014 r., A. Rzetecka-Gil, *Komentarz do art. 384¹ Kodeksu cywilnego*, LEX, stan prawny: 19 września 2011 r.

¹⁰ Uchwała 7 sędziów SN z 6 maja 1992 r., sygn. III CZP 141/09; wyrok SN z 19 maja 1992 r., sygn. III CZP 50/92; wyrok SN z 5 kwietnia 2002 r., sygn. II CKN 933/33; wyrok SN z 15 lutego 2013 r., sygn. I CSK 313/12.

¹¹ Wyrok SN z 15 lutego 2013 r., sygn. I CSK 313/12.

¹² Wyrok TSUE z dnia 26 lutego 2015 r., sygn. akt C-143/13, pkt 74 w sprawie *Bogdan Matei, Ioana Ofelia Matei v. SC Volksbank România SA*; wyrok TSUE C-26/13, pkt 73.

kwestia, czy umowa wskazuje w sposób przejrzysty powody i sposób zmiany rzeczonych opłat, tak aby konsument mógł przewidzieć, w oparciu o jasne i zrozumiałe kryteria, ewentualne zmiany tych opłat. **Brak informacji w tym zakresie przed zawarciem umowy co do zasady nie może być zrekompensowany samą okolicznością, że w czasie wykonywania umowy konsumenci zostaną poinformowani o zmianie opłat z odpowiednim wyprzedzeniem oraz o ich prawie do rozwiązania umowy, jeżeli nie zamierzają zaakceptować tej zmiany**¹³”. Jak wynika z powyższego, samo prawo do wypowiedzenia umowy nie stanowi gwarancji działania zgodnie z przepisami prawa.

Omawiając dorobek judykatury oraz doktryny w powyższym zakresie, szczególną uwagę należy przede wszystkim zwrócić na ekspertyzę naukową dr hab. Moniki Namysłowskiej „*Możliwość i sposoby eliminacji z obrotu prawnego postanowień umownych uznanych przez Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów za abuzywne*”, która jednoznacznie wskazuje, że klauzula modyfikacyjna musi spełniać wymogi określone przez wykładnię art. 384¹ k.c. w zw. z art. 385³ pkt 10 k.c., co oznacza, iż za niedopuszczalne uznać należy klauzule modyfikacyjne sformułowane w sposób blankietowy, które dopuszczają zmianę wzorca w każdej sytuacji lub w przypadku zaistnienia ważnych przyczyn bez ich wskazania¹⁴.

W ocenie Prezesa UOKiK, brak określenia w umowie prawidłowej klauzuli modyfikacyjnej służy interesom przedsiębiorcy, natomiast konsumenta stawia w sytuacji niepewności co do treści potencjalnego stosunku prawnego, przez co rażąco narusza jego interesy i godzi w dobre obyczaje¹⁵. Negatywne skutki niezamieszczenia w umowie odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej powinny obciążać tylko i wyłącznie twórcę wzorca umowy, czyli przedsiębiorcę. Oznacza to, że w sytuacji, w której w umowie nie ma wystarczająco precyzyjnego postanowienia, na podstawie którego może dojść do jednostronnej zmiany umowy w trakcie jej trwania (czyli ma charakter abuzywny) lub też takiej klauzuli w ogóle nie ma to przedsiębiorca nie ma możliwości dokonania jednostronnej zmiany warunków umowy w trakcie trwania stosunku obligacyjnego. W takim wypadku jedynym rozwiązaniem jest zawarcie pomiędzy stronami porozumienia (aneksu) na partnerskich zasadach i w ramach pełnej dobrowolności jego zawarcia przez słabszą stronę umowy, bez konieczności wypowiedzania umowy w trybie art. 384¹ k.c., art. 60a ust. 1 ptU czy art. 61 ust. 5 ptU.

Należy podkreślić, iż konieczność zamieszczenia klauzuli modyfikacyjnej w przypadku zamiaru zmiany warunków umowy przez przedsiębiorcę w trakcie trwania umowy dotyczy każdego rodzaju umowy ciągłej, bez względu na to, czy odnosi się to do umowy o usługę finansową, umowę o dostawę energii czy też umowę o świadczenie usługi telekomunikacyjnej. W ocenie Prezesa UOKiK, umowy zawarte na czas nieoznaczony, stosowane przez UPC, nie zawierały odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej ze wskazanymi przesłankami materialnoprawnymi, które umożliwiałyby zmianę wysokości opłaty lub postanowień umownych w trakcie trwania stosunku umownego, w sytuacji ich wystąpienia.

Postanowienia, zarówno OWU, jak i Regulaminu, określają jedynie sposób przeprowadzenia zmiany (kwestie terminów czy formy powiadomienia), które są wzorowane na przepisach ptU (art. 60a ust. 1 czy art. 61 ust. 5 w brzmieniu sprzed nowelizacji z dnia 12.12.2018r.), ale nie określają materialnoprawnych podstaw (tj. przyczyn) umożliwiających dokonania tej zmiany i zakresu dozwolonych modyfikacji. Zgodnie z art. 60a ust. 1 pkt 1 ptU w ówczesnym brzmieniu, dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych jest obowiązany doręczyć na piśmie abonentowi będącemu stroną umowy zawartej w formie pisemnej, elektronicznej treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy, w tym określonych w regulaminie świadczenia publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych. Zgodnie z art. 60a ust. 1 pkt 2 ptU w ówczesnym brzmieniu, dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych doręcza niebędącemu stroną umowy zawartej w formie

¹³ Wyrok TSUE z dnia 21 marca 2013 r., sygn. akt C-92/11, pkt 49-55 w sprawie *RWE Vertrieb AG v. Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.*

¹⁴ Dostęp: http://www.cars.wz.uw.edu.pl/tresc/badania/07/Expertyza_naukowa_dla_ZBP.pdf

¹⁵ Wyrok SN z 15 lutego 2013 r., sygn. I CSK 313/12.

pisemnej, elektronicznej, który udostępnił swoje dane, o których mowa w ust. 1a, na ten adres, treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy określonych w regulaminie świadczenia publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych. Wyjątek od wskazanej zasady stanowi sytuacja, kiedy abonent złożył żądanie określone w art. 60a ust. 1b lub 1c ptU w ówczesnym brzmieniu. Z kolei przepis art. 60a ust. 1 pkt 3 ptU w ówczesnym brzmieniu stanowi, że dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych podaje do publicznej wiadomości treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy określonych w regulaminie świadczenia publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych. Zatem w przypadku zmiany warunków umowy określonych w regulaminie konieczne będzie nie tylko doręczenie abonentowi treści każdej proponowanej zmiany, lecz także podanie jej do publicznej wiadomości. Art. 60a ptU w ówczesnym brzmieniu zawiera również inne postanowienia regulujące techniczne aspekty dokonywania zmiany warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych - tj. zastrzeżenie, iż realizacja obowiązków, o których mowa w art. 60a ust. 1 pkt 1-3 ptU w ówczesnym brzmieniu powinna nastąpić z wyprzedzeniem co najmniej miesiąca przed wprowadzeniem zmian w życie (przy czym okres ten może być krótszy, jeśli publikacja aktu prawnego, z którego wynika konieczność wprowadzenia zmian, następuje z wyprzedzeniem krótszym niż miesiąc przed jego wejściem w życie lub okres taki wynika z decyzji Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej) oraz postanowienie, w myśl którego abonent powinien zostać poinformowany o prawie wypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji tych zmian, przy czym termin na realizację tego prawa nie może być krótszy niż do dnia ich wejścia w życie.

W ocenie Prezesa UOKiK, analiza treści art. 60a ww. ustawy, dotycząca: sposobu poinformowania abonenta przez dostawcę publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych o proponowanych zmianach (art. 60a ust. 1 pkt 1 i 2 w ówczesnym brzmieniu - „doręcza”, art. 60a ust. 1 pkt 3 w ówczesnym brzmieniu - „podaje do publicznej wiadomości”), okresu wyprzedzenia, z jakim powinno nastąpić poinformowanie abonenta, wymogu poinformowania abonenta o prawie do wypowiedzenia umowy, wskazania minimalnej długości terminu na realizację przez abonenta tego uprawnienia, treści żądania, które abonent może złożyć na mocy ust. 1b czy wreszcie ograniczenia w zakresie możliwości wystąpienia przez dostawcę usług z roszczeniem, o którym mowa w art. 57 ust. 6 ptU, wskazuje, że w przypadku art. 60a ptU w ówczesnym brzmieniu mamy do czynienia z regulacją odnoszącą się do samego przebiegu (procedury) procesu dokonywania zmiany, tj. do praw i obowiązków stron umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, które aktualizują się dopiero w przypadku propozycji dokonania zmiany warunków umowy. Przedmiotowy przepis nie stanowi jednak podstawy do oceny zasadności wprowadzenia zmian w wykonywanych umowach.

Należy zauważyć, iż wspomniane przepisy sektorowe stanowią *lex specialis* w stosunku do art. 384¹ k.c., który również - wbrew twierdzeniom Spółki - nie stanowi podstawy do wprowadzenia zmian w warunkach umowy ciągłej, a jedynie określa sposób przeprowadzenia tej modyfikacji. Zgodnie z tym przepisem, wzorzec wydany w czasie trwania stosunku umownego o charakterze ciągłym wiąże drugą stronę, jeżeli zostały zachowane wymagania określone w art. 384 k.c., a strona nie wypowiedziała umowy w najbliższym terminie wypowiedzenia. Z kolei w myśl art. 384 § 1 k.c. ustalony przez jedną ze stron wzorzec umowy, w szczególności ogólne warunki umów, wzór umowy, regulamin, wiąże drugą stronę, jeżeli został jej doręczony przed zawarciem umowy. Jak słusznie wskazuje się w doktrynie - ww. artykuł „nie określa przesłanek dopuszczalności dokonywania zmiany, lecz jeden z możliwych technicznych sposobów jej przeprowadzenia.”¹⁶ Oznacza to, że art. 384¹ k.c. określa jedynie proceduralny sposób przeprowadzenia zmiany ogólnych warunków umowy, ale nie stanowi materialnej podstawy do dokonania takiej zmiany. Oddzielną jednak kwestią jest zamieszczenie we wzorcach umownych procedury dokonywania zmian w warunkach umów, w tym określenia terminu zawiadomienia konsumenta o zmianie, terminu na udzielenie odpowiedzi przez konsumenta, czy też skutków braku reakcji ze strony abonenta.

¹⁶ M. Orlicki, *Komentarz do art. 830 kodeksu cywilnego*, stan prawny: 2008.01.01 el.Lex.

Zawierane umowy nie powinny co do zasady być zmieniane w trakcie ich obowiązywania, co jest naturalną konsekwencją zasady *pacta sunt servanda*. Powyższa zasada dotyczy również umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawieranych na czas nieoznaczony (nie zastrzeżono końcowego okresu trwania zobowiązania) które najczęściej są umowami zawieranymi na warunkach standardowych, niepromocyjnych lub też doszło do przekształcenia umowy zawartej na czas oznaczony, po upływie wskazanego w umowie terminu, na umowę na czas nieoznaczony. Umowa zawarta na czas nieoznaczony jest stosunkiem kontraktowym „otwartym”, który może zostać przez każdą ze stron wypowiedziany (przy założeniu, że przedsiębiorca może to uczynić tylko na podstawie przesłanek wskazanych w umowie), a w konsekwencji (z upływem przewidzianego w umowie okresu wypowiedzenia) ulec rozwiązaniu bez dodatkowych konsekwencji finansowych dla konsumenta (w postaci np. obowiązku zwrotu proporcjonalnie zmniejszonej ulgi, która została udzielona w związku z zawarciem umowy) czy przedsiębiorcy. Nie istnieją jednak żadne regulacje prawne, które umożliwiłyby jednostronną zmianę warunków umowy przez przedsiębiorcę w trakcie jej obowiązywania. Jednocześnie, dobre obyczaje oraz ukształtowana już linia orzecznicza sprzeciwiają się takim praktykom. Aby rzeczywiście istniała taka możliwość dostawca usługi dokonujący jednostronnej zmiany warunków umowy (przedsiębiorca) musi dopilnować, aby w umowie znalazło się odpowiednie postanowienie (klauzula modyfikacyjna) wskazujące przesłanki (czynniki) umożliwiające mu dokonanie takiej zmiany oraz dopuszczalny zakres wprowadzonych modyfikacji, a także muszą faktycznie zaistnieć wskazane w umowie okoliczności. Konsument bowiem, jako słabsza strona stosunku prawnego, powinien mieć świadomość, że wiążąc się umową z przedsiębiorcą, może spodziewać się z jego strony zmiany warunków łączącego ich kontraktu, ale musi również mieć możliwość zweryfikowania czy ww. zmiana nie wykracza poza wcześniej przyjęte ramy i czy dokonana została w oparciu o wskazane w umowie przesłanki.

Klauzule modyfikacyjne powinny w sposób transparentny określać **przesłanki (kryteria)** możliwych jednostronnych zmian warunków umowy ze strony przedsiębiorcy oraz ich maksymalny zakres. Wymóg ten należy rozumieć w ten sposób, że zawarta w umowie klauzula modyfikacyjna powinna wskazywać stany faktyczne, w których może dojść do jednostronnej zmiany stosunku prawnego w sposób jak najbardziej skonkretyzowany (tj. możliwy do weryfikacji przez konsumenta w czasie wykonania umowy) oraz wskazać ich wpływ (zakres) na nowe warunki umowy.

W tym miejscu należy przypomnieć, że konieczne elementy umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych określone zostały w art. 56 ust. 3 ptU. Zgodnie z art. 56 ust. 3 pkt 9 ptU, jednym z obowiązkowych elementów umowy jest określenie trybu i warunków dokonywania zmian umowy. Wymóg ten oznacza, że zastrzeżenie przez przedsiębiorcę możliwości wprowadzania jednostronnych zmian w umowie powinno wiązać się z zamieszczeniem odpowiedniego (tj. spełniającego wymagania stawiane klauzulom modyfikacyjnym) postanowienia w treści takiej umowy zawieranej z abonentem (o ile konieczność dokonania zmiany nie wynika bezpośrednio z przepisów prawa). Przepis art. 56 ust. 3 pkt 9 ptU prowadzi zatem do wniosku, że art. 60a ptU nie stanowi samodzielnej podstawy do wprowadzania zmian, jeżeli przedsiębiorca **nie określił w umowie warunków (przesłanek) wprowadzenia do niej jednostronnych zmian**. Wniosek ten jest aktualny nie tylko na gruncie zmian, których sposób wprowadzenia określono w art. 60a ptU, ale także zmian, których tryb wprowadzenia przewidziano w art. 61 ptU dotyczącym postępowania się cennikiem. Mając na uwadze, że zmiana ceny prowadzi w konsekwencji do zmiany warunków umowy, należy przyjąć, że jest objęta sformułowanym w art. 56 ust. 3 pkt 9 ptU wymogiem, dotyczącym określenia w umowie trybu i warunków dokonywania w niej zmian. **Przeniesienie treści art. 60a oraz 61 ptU do umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych skutkuje wprowadzeniem do niej jedynie określonego „trybu”, jaki powinien być stosowany przy zmianie warunków umowy w trakcie jej trwania. W dalszym ciągu istnieje jednocześnie konieczność dookreślenia przesłanek (kryteriów)**

i zakresu możliwych zmian, czyli określenie „warunków” po wystąpieniu których możliwe jest dokonanie odpowiednich modyfikacji.

Na poparcie argumentacji przedstawionej powyżej przez Prezesa UOKiK warto w tym zakresie przywołać rozstrzygnięcie SOKiK, w który uznał, że „tryb zmiany umowy określa czynności, jakie podejmuje strona lub obydwie strony w celu dokonania zmian w umowie. **Warunkiem zmiany umowy mogą dotyczyć różnych okoliczności od których wystąpienia lub braku może być uzależniona zmiana. Na podstawie tego postanowienia dostawca usług jest zobowiązany do określenia trybu i warunków wprowadzenia zmian do regulaminu, jeżeli zamierza zastrzec dla siebie uprawnienie. Brak odpowiednich postanowień w umowie uniemożliwia dokonywanie jednostronnych zmian zarówno w tej umowie, jak i w regulaminie¹⁷”.**

Na gruncie niniejszej sprawy podkreślenia wymaga fakt, że w ramach umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej pomiędzy operatorem telekomunikacyjnym a konsumentem do istotnych elementów umowy zaliczyć trzeba występujące po stronie przedsiębiorcy zobowiązanie do świadczenia usług telekomunikacyjnych oraz odpowiadające mu wzajemne świadczenie pieniężne konsumenta (zobowiązanie do zapłaty za świadczone usługi). Dlatego też dokonanie przez Spółkę jednostronnej zmiany warunków umowy polegające na podwyższeniu opłaty abonamentowej lub zmiany postanowień umownych, uznać należy za zmianę dotyczącą istotnych elementów umowy. Nie ma przy tym znaczenia okoliczność, że ww. podwyżka ceny spowodowana była zwiększeniem prędkości dostępu do Internetu, gdyż zmiana ta była wymuszona na odbiorcy usługi i nie mógł on zachować poprzednich jej parametrów przy dotychczasowej wysokości abonamentu. Konsument nie mógł nie wyrazić zgody na zmianę warunków umowy i pozostać przy dotychczasowej wysokości abonamentu i prędkości Internetu. Jednocześnie, analiza wzorców umownych stosowanych przez Spółkę pod kątem zawartych w nich klauzul modyfikacyjnych, na podstawie których Spółka dokonała jednostronnych zmian warunków umów, i okoliczności dokonania przez Spółkę tych zmian (czynniki zależne od woli przedsiębiorcy) wskazują, że Spółka mogła nie być uprawniona do dokonania jednostronnej zmiany warunków umów zawartych na czas nieoznaczony.

Klauzule umowne wykorzystywane przez UPC w dacie wysyłki do konsumentów powiadomień o dokonaniu jednostronnej zmiany warunków umowy zawierały bowiem wyłącznie opis trybu, w jakim mogą zostać wprowadzone zmiany do łączącego strony kontraktu oraz związanych z tym konsekwencji w postaci konieczności (bądź też jej braku) zwrotu ulgi, o której mowa w art. 57 ust. 6 ptU. W treści przedmiotowych klauzul nie zostały określone materialne warunki (przesłanki) dokonywania takich zmian, w oparciu o analizę których konsument mógłby przewidzieć, w jakich sytuacjach i z uwagi na jakie czynniki zawartej z dostawcą usług telekomunikacyjnych umowy mogą ulec zmianie.

Omawiane powyżej praktyki mogły być sprzeczne z dobrymi obyczajami, gdyż Spółka informowała konsumentów o jednostronnej zmianie warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych w zakresie cen za świadczone usługi postanowień umownych, mimo że UPC nie posiadał w ww. umowach klauzuli modyfikacyjnej, która określałaby kryteria (przesłanki) i zakres przyszłych zmian, a zatem nie miał prawa do dokonywania takiej zmiany. Mając bowiem na uwadze treści przedstawionych przez Spółkę w toku postępowania klauzul wykorzystywanych w umowie oraz regulaminie świadczenia usług telekomunikacyjnych oraz związane z przyjętą strategią biznesową okoliczności podwyższenia przez przedsiębiorcę opłaty abonamentowej za świadczone usługi, należy stwierdzić, że zmiany umowy w tym zakresie wymagały złożenia przez strony umowy zgodnych oświadczeń woli. Oznacza to, że brak takiej woli ze strony konsumentów nie musiał powodować wypowiedzenia umowy, gdyż miał on prawo do świadczenia usługi na dotychczasowych warunkach.

Tym samym, poinformowanie konsumentów przez Spółkę o dokonaniu jednostronnej zmiany warunków umowy mogło być sprzeczne z dobrymi obyczajami, za które z pewnością

¹⁷ Wyrok SOKiK z dnia 24 marca 2016 r., sygn. XVII Ama 5/15.

uznać należy respektowanie zasad rządzących należytym wykonywaniem zobowiązań umownych, do których należą również reguły odnoszące się do dopuszczalności dokonywania przez przedsiębiorcę jednostronnych zmian warunków umowy. Konsument, działając w zaufaniu do przedsiębiorcy, ma prawo do otrzymywania od niego rzetelnych informacji w zakresie praw przysługujących stronom umowy. Przekazywanie przez przedsiębiorcę, tj. podmiot posiadający względem konsumenta silniejszą pozycję, rzetelnych informacji stanowi przejaw realizacji przysługującego konsumentowi prawa do uczestniczenia w rynku na jasnych i przejrzystych zasadach. Umożliwia to również podjęcie konsumentowi świadomej decyzji dotyczącej umowy, w tym kontynuowania jej na niezmiennych zasadach.

Ponadto, Prezes UOKiK miał na względzie prawo konsumentów będących stronami umów zawartych z UPC, do ich realizacji na ustalonych przez strony warunkach, przy jednoczesnym założeniu, że w przypadku, gdy po stronie przedsiębiorcy pojawi się wola dokonania jednostronnej zmiany warunków umowy, konsument będzie miał możliwość dokonania oceny takiej zmiany w oparciu o jasne i przejrzyste kryteria zawarte w prawidłowo skonstruowanej klauzuli modyfikacyjnej zamieszczonej w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Praktyka Spółki mogła naruszać dobre obyczaje, gdyż zmiana uzależniona była wyłącznie od woli przedsiębiorcy, a jedynym zachowaniem po stronie konsumenta mogła być akceptacja lub jej brak dla wprowadzanych zmian (co wiązało się z rozwiązaniem umowy).

Reasumując, zdaniem Prezesa UOKiK, informowanie przez UPC konsumentów w związku z planowanym podwyższeniem opłaty za usługę internetową oraz zmianami postanowień umownych mogło naruszać dobre obyczaje, gdyż możliwość zmiany warunków umowy w takim kształcie nie została przewidziana w umowie łączącej strony umowy, a przepisy prawa nie zezwalały na jednostronną zmianę tych warunków przez przedsiębiorcę. Jednocześnie działanie Spółki mogło implikować w świadomości konsumentów błędne przekonanie o możliwości dokonania takich zmian. Niezamieszczenie w umowach zawieranych z konsumentami odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej nie dawało Spółce uprawnienia do zmiany stosunku obligacyjnego na zasadach zaprezentowanych w pismach kierowanych do abonentów. Tym samym, nieprawdziwa informacja przekazywana przez przedsiębiorcę mogła negatywnie wpłynąć na sytuację konsumentów, którzy byli abonentami UPC oraz na prawo konsumenta do uczestniczenia w wymianie rynkowej ukształtowanej w oparciu o jasne i uczciwe zasady, w tym przede wszystkim prawo konsumenta do uzyskiwania od przedsiębiorcy rzetelnych informacji.

Mając na względzie powyższe rozważania należy uznać, iż informowanie o zmianie warunków umowy o świadczenie usługi dostęp do Internetu poprzez podwyższenie opłaty miesięcznej oraz informowanie o zmianie postanowień umownych mogło naruszać obowiązek przekazywania konsumentom rzetelnej, zgodnej z prawem informacji przez to mogło naruszać dobre obyczaje. Zmiany, które UPC zaproponował konsumentom w ramach wykonywanych umów, nie były umotywowane ani czynnikami zawartymi w klauzuli modyfikacyjnej, która umożliwiałaby dokonanie takich zmian, ani również nie miały oparcia w powszechnie obowiązujących przepisach prawa. Warto przy tym wskazać, że zmiana miała charakter istotny, gdyż dotyczyła podstawowego świadczenia konsumenta, czyli podwyższała należność, którą musiał co miesiąc uiścić za świadczoną przez przedsiębiorcę usługę. Tym samym, Spółka mogła naruszyć dobre obyczaje próbując dokonać jednostronnej zmiany umowy zmierzającej do modyfikacji jej warunków, gdy tymczasem zmiana taka w świetle obowiązujących przepisów prawa i na podstawie pierwotnych warunków umowy - nie była możliwa.

Należy zauważyć, że taka praktyka mogła stanowić naruszenie jednej z podstawowych zasad prawa cywilnego, według której umów należy dotrzymywać (*pacta sunt servanda*). Przeciętny konsument ma prawo oczekiwać, że przedsiębiorca dotrzyma postanowień zawartej z nim umowy - zgodnie z dobrymi obyczajami kupieckimi - i nie zmieni w sposób arbitralny warunków w trakcie jej wykonywania. Jeżeli jednak Spółka chciałaby

dokonać zmiany treści postanowień zawartych w umowie w sposób, który byłby dozwolony w ramach obowiązującej klauzuli modyfikacyjnej to **powinno się to odbyć w formie złożenia zgodnych i dobrowolnych oświadczeń woli przez obie strony kontraktu i zawarcia aneksu do umowy.**

Ad. I.1 a) oraz I.1 b) sentencji niniejszej decyzji

W ocenie Prezesa UOKiK, działania UPC opisane w pkt I.1a) i I.1 b) sentencji niniejszej decyzji mogły stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 pnprU. Praktyka ta może być sprzeczna z dobrymi obyczajami, o których mowa niżej i w istotny sposób może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta w trakcie trwania stosunku obligacyjnego.

UPC informowało swoich abonentów o zmianach wysokości opłat świadczonej na ich rzecz usługi poprzez zmianę warunków tych umów z dniem 1 marca 2015r. polegającej na podwyższeniu opłaty abonamentowej za usługę dostępu do sieci Internet o 7 zł brutto oraz poprzez zmianę warunków tych umów z dniem 1 czerwca 2016r. i 1 lipca 2016r. (w zależności od terminu wysłania informacji) - w stosunku do konsumentów, którzy zawarli umowę do 31 maja 2015r. - polegającej na podwyższeniu opłaty abonamentowej za usługi telekomunikacyjne o kwotę od 3 do 8 zł brutto w zależności od zestawu usług, z którego korzystał konsument, mimo, że w umowach o świadczenie usług telekomunikacyjnych nie zostały wskazane przesłanki umożliwiające dokonanie jednostronnego podwyższenia opłaty abonamentowej w trakcie trwania umowy. Tym samym, zmiany te mogły być nieskuteczne.

W treści umów zawartych z abonentami nie istniały bowiem zapisy umożliwiające dokonywanie jednostronnie takich zmian. W treści tych wzorców nie została zamieszczona odpowiednia, nieabuzywna klauzula modyfikacyjna, która dawałaby przedsiębiorcy prawo do dokonywania takich zmian stosunku prawnego, o których wprowadzeniu Spółka informowała. W ocenie Prezesa UOKiK, Spółka nie miała zatem możliwości zmian tych przeprowadzić, a tym bardziej o nich informować swoich abonentów. Informacje przekazywane abonentom o możliwości skutecznego wprowadzenia zmian mogły być zatem nieprawdziwe.

Odrębnymi kwestiami i regulacjami są bowiem zamieszczenie we wzorcach umownych procedury dokonywania zmian warunków umów, w tym określenia terminu zawiadomienia konsumenta o zmianie, terminu na udzielenie odpowiedzi przez konsumenta, czy też skutkach braku reakcji ze strony abonenta oraz **wskazanie kryteriów (przesłanek), które umożliwiałyby przedsiębiorcy wprowadzenie takich zmian.** W Regulaminie i OWU, które są stosowane przez Spółkę znajdują się informacje o trybie dokonywania zmian warunków umowy, **ale nie zostały wskazane kryteria, które umożliwiałyby przedsiębiorcy wprowadzenie zmian ceny za usługi i ich parametrów.**

Treść zawartego z konsumentami kontraktu nakazywała przedsiębiorcy wykonywanie usługi na warunkach wskazanych w umowie i zgodnie z jej postanowieniami w kształcie, jaki istniał w momencie zawarcia umowy, a wszelkie dozwolone modyfikacje świadczeń obu stron umowy lub jej treści powinny zostać określone w tychże umowach, aby konsument zawierając umowę o świadczenie usługi telekomunikacyjnej mógł przewidzieć, pod jakimi warunkami możliwa jest zmiana np. ceny czy jakości świadczonych przez przedsiębiorcę usług. Dopiero ziszczenie się określonej przesłanki wskazanej w klauzuli modyfikacyjnej zezwalałoby przedsiębiorcy na dokonanie zmian w przyjętym wcześniej zobowiązaniu.

Naruszenie dobrych obyczajów mogło polegać w tym przypadku na informowaniu konsumentów o jednostronnej zmianie warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych na czas nieoznaczony, w zakresie elementów przedmiotowo istotnych umowy, tj. ceny usługi, w sposób wprowadzający konsumentów w błąd co do skuteczności wprowadzenia tych zmian. W umowach brakowało bowiem przesłanek, które umożliwiałyby przedsiębiorcy podwyższenie wartości abonamentu.

W efekcie, UPC mogło naruszyć dobre obyczaje w postaci lojalności, zaufania i uczciwości kupieckiej.

Zdaniem Prezesa UOKiK, informacje przesłane przez UPC do konsumentów w związku z planowanym podwyższeniem opłaty za usługi mogły implikować w ich świadomości błędne przekonanie o możliwości dokonania takich zmian przez przedsiębiorcę. Brak w umowach zawieranych z konsumentami, OWU oraz Regulaminie odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej uniemożliwił Spółce zmianę stosunku obligacyjnego na zasadach zaprezentowanych w pismach kierowanych do abonentów, tj. podwyższenia ceny za usługę internetową o 7 zł, a następnie o 3-8 zł. Tym samym, nieprawdziwa informacja przekazywana przez przedsiębiorcę mogła w sposób istotny wpłynąć na decyzję konsumentów dotyczącą umowy i negatywnie wpłynąć na ich sytuację jako abonentów UPC. W ocenie organu ochrony konsumentów, w okolicznościach niniejszej sprawy, zmiana warunków świadczenia usług dokonana przez Spółkę byłaby możliwa jedynie poprzez zgodne oświadczenie woli stron umowy, a nie jednostronne narzucenie jej przez przedsiębiorcę - słabszej stronie umowy, czyli konsumentom.

Ad. 1.2 a), 1.2 b) oraz 1.3 sentencji niniejszej decyzji

W ocenie Prezesa UOKiK, działania UPC opisane w pkt 1.2 a), 1.2 b) i 1.3 sentencji niniejszej decyzji mogą stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 pnprU. Praktyka ta może być sprzeczna z dobrymi obyczajami, o których mowa niżej i w istotny sposób może zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta w trakcie trwania stosunku obligacyjnego.

UPC informowało swoich abonentów o zmianach treści wiążącego ich stosunku prawnego mimo, że zmiany te mogły być nieskuteczne. Zmiany te miały polegać na wprowadzeniu zapisów uprawniających UPC do podniesienia łącznej wysokości opłat abonamentowych oraz zmianie postanowienia umownego regulującego procedurę zmiany przez UPC Umowy o świadczenie usług i Regulaminu oraz Cennika.

W treści umów zawartych z abonentami, na które oprócz umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych składały się także OWU i Regulamin nie istniały bowiem zapisy umożliwiające dokonywanie jednostronnie zmian ich treści. We wzorcach inkorporowanych do umów nie została zamieszczona odpowiednia, nieabuzywna klauzula modyfikacyjna, która dawałaby przedsiębiorcy prawo do dokonywania takich zmian stosunku prawnego, o których wprowadzeniu Spółka informowała. Spółka nie miała zatem możliwości zmian tych przeprowadzić, a tym bardziej o nich informować swoich abonentów. Informacje przekazywane abonentom o możliwości skutecznego wprowadzenia zmian były zatem nieprawdziwe.

Podobnie jak w przypadku zarzutu 1.1a) oraz 1.1b) w Regulaminie i OWU, które są stosowane przez Spółkę znajdują się informacje o trybie dokonywania zmian warunków umowy, ale nie zostały wskazane kryteria, które umożliwiłyby przedsiębiorcy wprowadzenie zmian postanowień łączącej strony umowy w postaci zapisów OWU i Regulaminu.

Treść zawartego z konsumentami kontraktu nakazywała przedsiębiorcy wykonywanie usługi na warunkach wskazanych w umowie i zgodnie z jej postanowieniami w kształcie, jaki istniał w momencie zawarcia umowy, a wszelkie dozwolone modyfikacje świadczeń obu stron umowy lub jej treści powinny zostać określone w tychże umowach, aby konsument zawierając umowę o świadczenie usługi telekomunikacyjnej mógł przewidzieć, pod jakimi warunkami możliwa jest zmiana np. ceny czy jakości świadczonych przez przedsiębiorcę usług czy też uprawnień przedsiębiorcy do zmiany tych elementów umowy. Dopiero ziszczenie się określonej przesłanki wskazanej w klauzuli modyfikacyjnej zezwalałoby przedsiębiorcy na dokonanie zmian w przyjętym wcześniej zobowiązaniu lub w treści łączącego strony stosunku prawnego.

Identycznie jak w przypadku zarzutu z pkt I.1a) oraz I.1b) naruszenie dobrych obyczajów mogło polegać i w tym przypadku na informowaniu konsumentów o jednostronnej zmianie treści umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych na czas nieoznaczony, w zakresie elementów przedmiotowo istotnych umowy, tj. postanowień dotyczących kształtowania cen usługi oraz samej istoty świadczenia usługi telewizyjnej czyli zawartości kanałów w pakiecie wybranym przez konsumenta, w sposób wprowadzający konsumentów w błąd co do skuteczności wprowadzenia tych zmian. W umowach brakowało bowiem przesłanek, które umożliwiałyby przedsiębiorcy zmianę zapisów umownych. W efekcie, UPC mogło naruszyć dobre obyczaje w postaci lojalności, zaufania i uczciwości kupieckiej.

Zdaniem Prezesa UOKiK, informacje przesłane przez UPC do konsumentów w związku z planowanym wprowadzeniem lub zmianą postanowienia § 2 ust. 4 i zmianą § 7 ust. 1 OWU oraz zmianą § 2 pkt 8), 12), 16) i 36) oraz § 18 Regulaminu mogły implikować w ich świadomości błędne przekonanie o możliwości dokonania takich zmian przez przedsiębiorcę. Brak w umowach zawieranych z konsumentami, OWU oraz Regulaminie odpowiedniej klauzuli modyfikacyjnej uniemożliwił Spółce zmianę treści stosunku obligacyjnego na zasadach zaprezentowanych w pismach kierowanych do abonentów, tj. zmiany postanowień OWU i Regulaminu będących integralną częścią łączącego przedsiębiorcę z konsumentem stosunku prawnego. Tym samym nieprawdziwa informacja przekazywana przez Przedsiębiorcę mogła w sposób istotny wpłynąć na decyzję konsumentów dotyczącą umowy i negatywnie wpłynąć na ich sytuację jako abonentów UPC. W ocenie organu ochrony konsumentów, w okolicznościach niniejszej sprawy, zmiana treści umowy dokonana przez Spółkę byłaby możliwa jedynie poprzez zgodne oświadczenie woli stron umowy, a nie jednostronne narzucenie jej przez przedsiębiorcę - słabszej stronie umowy, czyli konsumentom.

b) Zniekształcenie zachowań rynkowych przeciętnego konsumenta

W niniejszej sprawie możliwość zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy polegać mogła:

1. w zakresie zarzutu z pkt I.1 a) i I.1 b) sentencji niniejszej decyzji:

- na podjęciu przez konsumenta **decyzji o rozwiązaniu umowy**, w wyniku przekazania mu przez Spółkę nierzetelnej informacji dotyczącej dokonania przez UPC skutecznej jednostronnej zmiany warunków umowy. Należy bowiem zauważyć, iż - w przypadku braku niezgodnej z prawem praktyki przedsiębiorcy - konsument kontynuowałby umowę na niezmienionych warunkach i korzystałby z dostępu do Internetu świadczonego przez UPC po niższej cenie. W wyniku działania Spółki stan ten przestał istnieć, ponieważ konsument nie mógł zachować jednocześnie „starej” wysokości opłaty abonamentowej i dostępu do Internetu świadczonego przez UPC na niezmienionych zasadach;

- na podjęciu przez konsumenta **decyzji o pozostaniu w dalszym ciągu stroną umowy** łączącej go ze Spółką na zmienionych - innych niż pierwotnie ustalono - warunkach. W takim jednak przypadku, bezprawna praktyka przedsiębiorcy w istotny sposób wpływa na interes ekonomiczny konsumenta, gdyż jest zmuszony regulować miesięczny rachunek w wyższej wysokości niżby to wynikało z pierwotnych warunków umowy;

- na podjęciu przez konsumenta **decyzji o przejściu na nowe taryfy** oferowane przez Spółkę, mimo że taki obowiązek na nim nie ciążył i miał prawo do kontynuowania umowy na niezmienionych warunkach. W wyniku takiego działania konsument mógł związać się z przedsiębiorcą inną umową (w tym terminową), która z różnych względów może być dla niego mniej korzystna niż oferta, z której dotychczas korzystał, np. aby zachować

dotychczasową cenę przeszedł na wolniejsze łącze (o ile taka usługa znajdowała się w ofercie Spółki), czy też podpisał umowę „pakietową” za wyższą cenę;

2. w zakresie zarzutu z pkt I.2 a) i I.2 b) sentencji niniejszej decyzji:

- na podjęciu przez konsumenta **decyzji o rozwiązaniu umowy**, w wyniku przekazania mu przez Spółkę nierzetelnej informacji dotyczącej dokonania przez UPC skutecznej jednostronnej zmiany postanowienia OWU, które daje przedsiębiorcy prawo zmiany przedmiotowo istotnego warunku umowy, w postaci ceny, każdego roku trwania umowy w sposób jednostronny przez przedsiębiorcę.

Ponadto, zmiana z pkt I.2 b) miała wprowadzić nową procedurę zmiany umowy przez Przedsiębiorcę. W wyniku wprowadzenia zmian konsument musiałby zgodzić się na możliwość wprowadzania corocznych podwyżek ceny usługi, mimo, że w momencie zawierania umowy na taką niestabilność stosunku prawnego zgody nie wyrażał. Należy bowiem zauważyć, iż - w przypadku braku praktyki przedsiębiorcy - konsument kontynuowałby umowę na niezmiennych warunkach bez ryzyka nałożenia na niego podwyższonej opłaty za usługi, z których chce korzystać. W wyniku działania Spółki stan ten przestałby istnieć, ponieważ konsument nie mógł liczyć dalej na respektowanie przez przedsiębiorcę ich pierwotnego *consensu*. W wyniku zmiany konsument musiałby także zaakceptować nową procedurę zmiany umowy;

- na podjęciu przez konsumenta **decyzji o pozostaniu w dalszym ciągu stroną umowy** łączącej go ze Spółką przyjmując na siebie ryzyko - które powinno obciążać przedsiębiorcę - zmiany ceny usługi, która może w efekcie sięgać kilkudziesięciu procent ceny, na którą umawiał się z przedsiębiorcą w momencie zawarcia umowy. W wyniku praktyki Spółki konsument traci kontrolę nad stosunkiem prawnym, który zawarł i musi być zdany na arbitralne decyzje UPC. Warto też zaznaczyć, iż w odróżnieniu od zarzutu z pkt I.1 a) i I.1 b) sentencji niniejszej decyzji konsument nie ma możliwości przejścia na inną taryfę UPC, gdyż zmiana postanowienia OWU wpływa na wszystkie oferowane przez UPC usługi;

3. w zakresie zarzutu z pkt I.3 sentencji niniejszej decyzji:

- na podjęciu przez konsumenta **decyzji o rozwiązaniu umowy**, w wyniku przekazania mu przez Spółkę nierzetelnej informacji dotyczącej dokonania przez UPC skutecznej jednostronnej zmiany postanowienia OWU, które daje prawo przedsiębiorcy zmiany przedmiotowo istotnego warunku umowy, w postaci programów telewizyjnych w dowolnym czasie trwania umowy i nieograniczonej ilości i częstotliwości tych zmian w sposób jednostronny przez przedsiębiorcę. W wyniku wprowadzenia tej zmiany konsument musiałby zgodzić się na możliwość wprowadzania zmian listy kanałów telewizyjnych, mimo, że w momencie zawierania umowy na taką niestabilność stosunku prawnego zgody nie wyrażał. Należy bowiem zauważyć, iż - w przypadku braku niezgodnej z prawem praktyki przedsiębiorcy - konsument kontynuowałby umowę na niezmiennych warunkach bez ryzyka, że jego ulubiony lub często oglądany kanał zostanie usunięty. W wyniku działania Spółki stan ten przestałby istnieć, ponieważ konsument nie mógł liczyć dalej na respektowanie przez przedsiębiorcę ich pierwotnego *consensu*;

- na podjęciu przez konsumenta **decyzji o pozostaniu w dalszym ciągu stroną umowy** łączącej go ze Spółką przyjmując na siebie ryzyko - które powinno obciążać przedsiębiorcę - zmiany treści usługi, która może w efekcie doprowadzić do drastycznego spadku atrakcyjności tej usługi dla konsumenta lub nawet jej nieprzydatności. W wyniku praktyki Spółki konsument traci kontrolę nad stosunkiem prawnym, który zawarł i musi być zdany na arbitralne decyzje UPC. Warto również i tutaj zaznaczyć, iż w odróżnieniu od zarzutu z pkt I.1a) i I.1 b) sentencji niniejszej decyzji konsument nie ma możliwości przejścia na inną

taryfę UPC, gdyż zmiana postanowienia Regulaminu wpływa na wszystkie oferowane przez UPC usługi.

Mając na względzie powyższe rozważania, należy stwierdzić, iż Spółka w wyniku przyjętego sposobu zmiany warunków umów lub postanowień ją tworzących mogła **zniekształcić** zachowanie rynkowe konsumentów, w wyniku czego podejmowali oni decyzje dotyczące kontynuowania umowy na zmienionych warunkach lub jej wypowiedzenia, której podejmować by nie musieli, jeżeli UPC postępowałoby zgodnie z prawem i nie informowałoby ich o dokonaniu jednostronnych zmian. Przedmiotowe działanie, w ocenie Prezesa UOKiK, może spełniać przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 4 ust. 1 pnprU.

c) Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów sformułowała definicję negatywną pojęcia zbiorowego interesu konsumentów, stwierdzając w art. 24 ust. 3 okikU, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. W świetle art. 1 ust. 1 okikU należy przyjąć, że ze zbiorowymi interesami konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy działania przedsiębiorcy są powszechne i mogą dotknąć każdego potencjalnego konsumenta będącego kontrahentem przedsiębiorcy. Przedmiotem ochrony nie są zatem interesy indywidualnego konsumenta lub grupy indywidualnych konsumentów, ale wszystkich - aktualnych lub potencjalnych klientów - traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę.¹⁸ Stanowisko to potwierdzone zostało również w orzecznictwie Sądu Najwyższego, który w uzasadnieniu wyroku z dnia 12 września 2003 r.¹⁹ stwierdził, iż: *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy antymonopolowej można wszczynać 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 liczby potencjalnych konsumentów.*

W ocenie Prezesa UOKiK, praktyki zarzucane przedsiębiorcy dotyczyła wszystkich potencjalnych konsumentów, którzy korzystali już lub skorzystają w przyszłości z usług telekomunikacyjnych oferowanych przez Spółkę. Dotknięci naruszeniem mogą być zarówno wszyscy obecni jak i potencjalni konsumenci chcący skorzystać z usług UPC. Oznacza to *de facto*, że przedmiotowa praktyka dotyczyła nieokreślonego z góry kręgu adresatów, a zatem mogła naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Na poparcie powyższego należy przytoczyć pogląd, jaki zaprezentował Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w wyroku z 13 stycznia 2009r., zgodnie z którym *jeżeli potencjalną daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach, to ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów.*²⁰

Jak słusznie uznał Sąd Najwyższy w swoim rozstrzygnięciu *przedmiotem ochrony nie jest indywidualny interes konsumenta, ani suma interesów indywidualnych konsumentów, lecz interes zbiorowy. Zbiorowy to „odnoszący się do pewnej grupy osób lub zbioru rzeczy, właściwy jakiemuś zbiorowi, złożony z wielu jednostek, składający się na jakiś zbiór; gromadny, kolektywny, wspólny”.* Gramatyczna wykładnia pojęcia praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Ponadto, Sąd ten wskazał, że *praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na*

¹⁸ D. Miąsik [w:] T. Skoczny (red.), *Ustawa (...)*, op. cit., s. 962; por. wyrok SA w Warszawie z dnia 10 lipca 2008r., sygn. akt: VI ACa 306/08.

¹⁹ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 września 2003r., sygn. akt: I CKN 504/01.

²⁰ Wyrok SOKiK z 13 stycznia 2009r., sygn. akt: XVII Ama 26/08.

powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy²¹. Stanowisko to pozostaje w dalszym ciągu aktualne²².

Działania UPC dotyczyły szerokiego grona konsumentów. Dotyczyły one [tajemnica przedsiębiorstwa] konsumentów. Jest to zatem bardzo liczna grupa. Praktyki opisane w sentencji postanowienia należy zatem uznać za mogące naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

W niniejszej sprawie naruszenie zbiorowych interesów konsumentów mogło polegać na sprzecznym z dobrymi obyczajami zachowaniu polegającym na przekazywaniu im nieprawdziwej informacji o uprawnieniu przedsiębiorcy do dokonywania zmian warunków umowy i treści jej postanowień, co miało skutkować przekonaniem konsumentów o braku możliwości kontynuowania umowy na niezmienionych warunkach i tym samym pozbawieniem konsumentów prawa kontynuowania umowy na warunkach, które obowiązywały w momencie jej zawarcia. Nieprawdziwość tych informacji wynikała zaś z braku zapisów umownych określających kryteria umożliwiające ich zmianę, czyli dokonywania zmian warunków umownych lub treści łączącego Spółkę z konsumentami stosunku prawnego bez podstawy prawnej lub umownej.

Konsumentom w efekcie nie mieli możliwości zaprotestowania i kontynuowania umowy na ustalonych warunkach, a wyjściem z tej sytuacji było tylko wypowiedzenie umowy ze Spółką lub zawarcie nowej umowy na innych warunkach. Konsument zmuszony był zatem do zaprzestania korzystania z usług i poszukiwania nowego usługodawcy, świadczącego tego typu usługi w jego miejscu zamieszkania, o ile taki przedsiębiorca na terenie tym działał lub do zawarcia umowy na innych niż pierwotne warunkach.

Uznać należy, że uprawdopodobniono godzenie przez praktyki Spółki określone w pkt I.1.- 3. rozstrzygnięcia decyzji w zbiorowe interesy konsumentów.

Mając na uwadze powyższą analizę, przyjąć należy, że uprawdopodobniono, że UPC Polska Sp. z o.o. stosowała praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów opisane w pkt I.1.- 3. rozstrzygnięcia decyzji.

Ad. 2 i 3 Nałożenie obowiązku wykonania zobowiązań oraz określenie terminu wykonania zobowiązań (pkt I rozstrzygnięcia decyzji)

Zgodnie z art. 28 ust. 1 okiU jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobniono, że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 okiU, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może w drodze decyzji zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań.

Prezes Urzędu nałożył na UPC obowiązek wykonania zobowiązania zgodnie z pkt I rozstrzygnięcia decyzji. Prezes Urzędu uznał za zasadne przyjęcie zobowiązania w przedstawionym w rozstrzygnięciu kształcie. Treść zobowiązania jest jednoznaczna i precyzyjna oraz umożliwia skontrolowanie jego wykonania.

W ramach ww. zobowiązania UPC zobowiązała się do usunięcia skutków wszystkich praktyk wskazanych w rozstrzygnięciu decyzji oraz poinformowania konsumentów o nieprawidłowościach, jakich dopuściła się Spółka i związanych z nimi korzyściach dla konsumentów. Praktyki te zostały zaniechane przed dniem wydania decyzji.

Zobowiązanie do usunięcia skutków naruszeń interesów konsumentów spowodowanych praktykami kwestionowanymi przez Prezesa Urzędu

²¹ Wyrok Sądu Najwyższego z 10.09.2008r., sygn. akt: III SK 27/07;

²² Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 05.09.2013r., sygn. Akt: VI ACa 67/13;

Na dzień wydania decyzji trwają skutki naruszeń interesów konsumentów o charakterze ekonomicznym i pozaekonomicznym. W ocenie Prezesa Urzędu zachodzi konieczność usunięcia ww. skutków poprzez realizację zaproponowanych przez Spółkę działań. W ramach ww. zobowiązania Spółka zobowiązała się do przyznania określonej grupie konsumentów przysporzenia konsumenckiego.

Odnosząc się do działań zaproponowanych przez Spółkę, należy w pierwszej kolejności wskazać **grupę konsumentów**, których dotyczy zobowiązanie. Zobowiązania Spółki wskazane w pkt I.1.1. - I.4. obejmują zarówno **aktualnych** (tj. pozostających abonentami Spółki na dzień przedstawienia przez UPC oferty przysporzenia konsumenckiego), jak i **byłych** konsumentów-abonentów Spółki. Zobowiązanie to nie dotyczy jednak konsumentów, których wskazane w wyżej wymienionych pkt. I.1.1. sentencji decyzji warunki umowy wiążą na innej podstawie, aniżeli wskutek otrzymania od UPC jednostronnej informacji o zmianie OWU lub Regulaminu.

Prezes Urzędu uznał za wystarczające ustalenie rekompensaty w postaci przysporzenia produktowego i upustu w wysokości abonamentu, mając na uwadze szeroki krąg konsumentów spełniający powyższe warunki. Z informacji przekazanych przez UPC wynika, że zakresem rekompensaty zostanie objętych co najmniej **[tajemnica przedsiębiorstwa]** konsumentów.

Rodzaj i wielkość przyznanych korzyści uzależniony jest od wagi, zasięgu i skutków poszczególnych praktyk stosowanych przez Spółkę. Forma rekompensaty dostosowana jest również do aktualnego statusu abonenta Spółki (aktualny/były na dzień na dzień przedstawienia przez UPC oferty przysporzenia konsumenckiego).

Aktualni abonenci

W ramach zobowiązania Spółka zaoferowała aktualnym abonentom nieodpłatne świadczenie jednej usługi wskazanej przez konsumenta spośród usług, o których mowa w pkt I.2.a) zobowiązania. Konsumenti będący abonentami Spółki na dzień wydania niniejszej decyzji będą zatem uprawnieni do skorzystania z jednej lub dwóch z poniżej wymienionych usług:

Łączna wysokość abonamentu w części wynikającej z podwyższenia	Ilość opcji do wyboru	Rodzaj przysporzenia produktowego									
		Wartość promocyjna przysporzenia produktowego (najczęściej występują ze zobowiązaniem) (zł)	Usługa telefonii komórkowej	Pakiet bezpieczeństwa	Dostęp do kanałów Polsat Sport Premium*	Dostęp do kanałów Mega Sport	Dostęp do kanałów Polsat Sport Premium* i Mega Sport	Dostęp do kanałów HBO (z opcją HBO OD & HBO GO)	Dostęp do programów MyPrime i kanałów Mega Sport	Dostęp do usługi MyPrime	Canal+ Prestige
		29,99	9	19,99	9,99	24,99	30	19,99	9,99	49,99	59,98

		Wartość cennikowa przysporzenia produktowego (zł)	80	19	49	25	74	35	45	20	79,99	104,99
do 50 zł	1 rodzaj przysporzenia do wyboru	Ilość m-cy świadczenia tego przysporzenia	2	6	3*					6	1	
51 - 100 zł			4	10	5*					10	2	
101 - 150 zł			5		6*		6*		8		3	3
151 - 200 zł			7		6*		6*		10		4	4
201 - 300 zł	2 rodzaje przysporzenia do wyboru		6		6*		6*			12	4	3
301 - 400 zł			10	10	6*	10	6*	10	10	10	4	4
401 - 500 zł			12	12	6*	12	6*	12	12	12	5	5

* UWAGA: kanał Polsat Sport Premium dostępny nie dłużej niż do 30.06.2021 r.

Zgodnie z treścią zobowiązania wysokość przysporzenia uzależniona będzie od łącznej wysokości abonamentu w części wynikającej z jego podwyższenia, zapłaconego przez konsumenta za okres korzystania z usług na warunkach wprowadzonych przez UPC z dniem 1 marca 2015 r., 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r. Wysokość ta ustalona zostanie na dzień dokonania przez konsumenta zgłoszenia o którym mowa w pkt 3.1. zobowiązania. Ostateczna propozycja przysporzenia produktowego będzie uzależniona m.in. od zakresu posiadanych przez konsumenta usług oraz będzie przedstawiana przez UPC klientowi po otrzymaniu zgłoszenia klienta dotyczącego uzyskania przysporzenia.

Konsumenci będą dysponować możliwością wyboru **jednego z produktów** przedstawionych przez UPC przez oznaczoną liczbę miesięcy (z wyjątkiem grupy konsumentów, w przypadku których wartość abonamentu w części wynikającej z podwyższenia, uiszczonego po podwyższeniu, przekracza 200 zł - w tej sytuacji konsumenci dysponują możliwością wyboru **dwóch produktów** przez oznaczoną liczbę miesięcy).

Po zakończeniu przyznanego konsumentom okresu korzystania z ww. produktów bez dodatkowej opłaty, konsument będzie mógł - po udzieleniu wyraźnej zgody - korzystać z tych usług w dalszym ciągu za opłatą. W braku zgody konsumenta, produkty te zostaną wyłączone z zakończeniem przyznanego klientom okresu rekompensaty.

W przypadku gdy konsument będzie posiadał wszystkie wymienione wyżej usługi dodatkowe, będzie mógł skorzystać z rabatu na wybraną przez siebie usługę spośród powyższych. Będzie to 100%-owy rabat na wybraną przez klienta usługę z przedstawionej mu listy, na okres (liczbę miesięcy) wskazany w powyższej tabeli dla odpowiedniej grupy abonentów.

Dodatkowo, konsumenci, którzy - pozostając na dzień wydania niniejszej decyzji klientami UPC - nie będą już korzystali z usług telekomunikacyjnych na warunkach

wprowadzonych przez UPC dnia 1 marca 2015 r. lub 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r., uprawnieni będą do wybrania pomiędzy przysporzeniem produktowym, wskazanym wyżej, a przysporzeniem w postaci upustu w fakturach. Upust ten zostanie rozłożony w odpowiednich częściach na 3, 6 lub 12 faktur, wystawionych od następnego okresu rozliczeniowego po dokonaniu przez danego konsumenta wyboru tego przysporzenia. Łączna wysokość upustu uzależniona będzie od łącznej wysokości abonamentu w części wynikającej z jego podwyższenia, zapłaconego przez konsumenta za okres korzystania z usług na warunkach wprowadzonych przez UPC z dniem 1 marca 2015 r., 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r. i ustalana będzie na dzień dokonania przez konsumenta zgłoszenia o którym mowa w pkt 3.1. zobowiązania. Łączną wysokość upustu oraz liczbę faktur, w których będzie on rozpoznawany, przedstawia poniższa tabela.

Łączna wysokość abonamentu w części wynikającej z podwyższenia	Łączna wysokość upustu	Ilość faktur, na które zostanie rozłożona kwota upustu
do 50 - 100 zł	15 zł	3 faktury
101-300 zł	30 zł	6 faktur
301 zł i więcej	60 zł	12 faktur

Jeśli zaś chodzi o warunki umowne na przyszłość konsumentów, którzy dokonają zgłoszenia do UPC celem uzyskania przysporzenia produktowego, będą jednocześnie uprawnieni do:

- w przypadku konsumentów, którzy nadal będą korzystać z usług telekomunikacyjnych na warunkach wprowadzonych przez UPC dnia 1 marca 2015 r. lub 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r. - wyrażenia woli powrotu na uprzednio obowiązujące warunki (to jest dalszego korzystania z usług telekomunikacyjnych UPC, ale na warunkach obowiązujących przed tą datą, to jest w oparciu o cenę obowiązującą konsumenta przed podwyżką cen wprowadzoną w dniu 1 marca 2015 r. lub 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r. oraz obowiązujące ówczesnie parametry produktu (a w przypadku, jeżeli produkt o danych parametrach nie jest już dostępny w ofercie UPC - na nie gorszych, najbardziej zbliżonych parametrach dostępnych w aktualnej ofercie UPC na dzień zgłoszenia wniosku),

albo

- potwierdzenia woli korzystania z usług telekomunikacyjnych w oparciu o aktualne parametry produktu i ceny, na podstawie aktualnie stosowanych przez UPC warunków świadczenia usług,

albo:

- zawarcia z UPC nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na warunkach promocyjnych przedstawionych konsumentowi przez UPC,

z uwzględnieniem wskazanych wyżej przysporzeń.

Oświadczenie o woli powrotu na uprzednio obowiązujące warunki, o którym mowa w pkt 2.d).i. sentencji niniejszej decyzji, wywierać będzie skutek w terminie przewidzianym dla wypowiedzenia umowy.

Potwierdzenie o którym mowa powyżej może zostać złożone przez konsumenta w postaci elektronicznej lub pisemnej lub w trakcie rozmowy telefonicznej - w zależności od przyjętego sposobu komunikacji i ustaleń z konsumentem.

Byli abonenci

W odniesieniu natomiast do byłych abonentów Spółka zobowiązała się do uprawnienia konsumentów do jednorazowego przysporzenia w postaci 75% łącznej wysokości abonamentu w części wynikającej z jego podwyższenia, zapłaconego przez konsumenta za okres korzystania z usług na warunkach wprowadzonych przez UPC z dniem 1 marca 2015 r., 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r.

albo

zawarcia z UPC umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z **rabatem**, którego wysokość uzależniona będzie od łącznej wysokości abonamentu w części wynikającej z jego podwyższenia, zapłaconego przez konsumenta za okres korzystania z usług na warunkach wprowadzonych przez UPC z dniem 1 marca 2015 r., 1 czerwca 2016 r. lub 1 lipca 2016 r., w następujący sposób i wynosić będzie co najmniej (Wysokość rabatu ustalana będzie na dzień dokonania przez konsumenta zgłoszenia o którym mowa w pkt 3.1. zobowiązania:

Łączna wysokość abonamentu w części wynikającej z podwyższenia	Wysokość rabatu - co najmniej	Ilość miesięcy rabatu - co najmniej
do 50 zł	20 zł	3
do 100 zł	20 zł	6
do 150 zł	20 zł	9
do 200 zł	20 zł	12
do 300 zł	20 zł	16
do 400 zł	30 zł	16
do 500 zł	30 zł	18

UPC uprawniona będzie do zaliczenia odpowiedniej części kwoty przysporzenia na poczet ewentualnych zaległości klienta z innych tytułów, aniżeli płatność abonamentu w części wynikającej z jego podwyższenia.

Konsumentom, wobec których w dniu wydania niniejszej decyzji biegnie termin wypowiedzenia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w razie rozwiązania umowy z UPC, przysługiwać będzie przysporzenie przeznaczone dla byłych abonentów, o którym mowa w pkt 2.e). sentencji decyzji - o czym zostaną poinformowani w trybie opisanym w pkt. 3.3 zobowiązania.

Korzyść polegająca na udzieleniu przez UPC upustu podczas zawierania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych będzie świadczona przez Spółkę zatem przez okres od **3 do 18 pełnych okresów rozliczeniowych**. Wysokość przysporzenia pieniężnego wynosić będzie 20 zł. Podobnie jak w przypadku aktualnych abonentów UPC przyznanie ww. uprawnień zostało bowiem uzależnione od wagi i skutków praktyk. Oznacza to ich zwiększanie wraz z długością okresu, w którym konsumenci opłacali abonament w podwyższonej wysokości.

Zobowiązanie do udzielenia konsumentom informacji o stosowaniu przez UPC praktyk kwestionowanych przez Prezesa Urzędu oraz przysługującej im rekompensacie

Zobowiązanie obejmuje również obowiązek zakomunikowania konsumentom będącym stroną umów o świadczenie przez UPC usług telekomunikacyjnych zawartych na czas nieokreślony oraz poza okresem zobowiązania promocyjnego, którzy otrzymali ze strony UPC informację o zmianie OWU lub Regulaminu z dniem 1 grudnia 2015r., 1 stycznia 2016 r., 1 lutego 2016 r. i 1 marca 2016 r. i nie wypowiedzieli umowy przed wskazanym przez UPC terminem wprowadzenia zmian :

a) informacji, iż UPC zobowiązuje się do niestosowania wobec konsumentów zmienionych postanowień OWU i Regulaminu (§ 2 ust. 4 OWU, § 7 ust. 1 OWU, § 2 pkt 8, 12, 16 i 36 Regulaminu), co oznacza, że:

- UPC nie będzie wobec tych konsumentów dokonywać w przyszłości podwyżek cen usług telekomunikacyjnych na podstawie klauzuli § 2 ust. 4 OWU wprowadzonej do treści OWU z dniem 1 grudnia 2015 r., 1 stycznia 2016 r., 1 lutego 2016 r. lub 1 marca 2016 r.;

- UPC nie będzie wobec tych konsumentów powoływać się w przyszłości na klauzulę § 7 ust. 1 OWU wprowadzoną do treści OWU z dniem 1 grudnia 2015 r., 1 stycznia 2016 r., 1 lutego 2016 r. lub 1 marca 2016 r.;

- UPC nie będzie wobec tych konsumentów powoływać się w przyszłości na klauzule § 2 pkt 8, 12, 16 i 36 Regulaminu wprowadzone do treści Regulaminu z dniem 1 grudnia 2015 r., 1 stycznia 2016 r., 1 lutego 2016 r. lub 1 marca 2016 r.

b) informacji o możliwości skorzystania z opisanych powyżej rekompensat.

Konsumenci zostaną poinformowani o możliwości, terminie oraz sposobie skorzystania z poszczególnych korzyści z wykorzystaniem różnych środków komunikacji - drogą mailową (jeżeli UPC posiada adresy mailowe konsumentów), poprzez umieszczenie informacji na indywidualnym koncie abonenta w serwisie My UPC, przesyłką pocztową (jeżeli UPC nie posiada adresów mailowych konsumentów), poprzez wiadomość SMS.

Niezależnie od powyższego UPC zamieści na stronie internetowej UPC komunikat, o którym mowa poniżej - który to komunikat utrzymywany będzie przez okres 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

O możliwości, terminie oraz sposobie skorzystania z omówionych powyżej przysporzeń Spółka poinformuje konsumentów w terminie **4 miesięcy od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji**.

W ramach zobowiązania Spółka zadeklarowała ponadto publikację na stronie internetowej Spółki mieszczącej się pod adresem www.upc.pl oświadczenia o treści:

„Decyzja zobowiązująca Prezesa UOKiK nr RBG-9/2020 z dnia 16 września 2020 r. w sprawie zmian umów przez UPC. Zaniechanie praktyki i przysporzenie. Szczegóły [tutaj](#)”, odsyłający do podstrony zawierającej informację o treści zobowiązań, dalej „Komunikat”.

Podstrona, o której mowa powyżej zawierać będzie co najmniej następujące, sformułowane prostym językiem informacje:

- i. przedmiot niniejszej decyzji,
- ii. link odsyłający do plennego tekstu decyzji Prezesa UOKiK w wersji jawnej,
- v. informację o zobowiązaniu UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie do nie stosowania postanowień wzorców umownych, modyfikowanych jednostronnie przez UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie w okresie 2015-2016,

vi. sposób i termin kontaktu z UPC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie celem powzięcia szczegółowej wiedzy o przysporzeniu przysługującym danemu konsumentowi na podstawie niniejszej decyzji.

Ww. oświadczenie zostanie opublikowane przez Spółkę na jej koszt, w terminie **14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji**, w następujący sposób:

- oświadczenie zostanie sformułowane ciemną czcionką na białym tle,
- oświadczenie będzie zamieszczone w górnej części strony głównej domeny www.upc.pl, bez możliwości zamknięcia, z możliwością jego zwinięcia przez użytkownika tak aby widoczna była skrócona treść informacji: „Decyzja zobowiązująca Prezesa UOKiK nr RBG-9/2020. Dowiedz się więcej”, z ponowną możliwością rozwinięcia pełnego tekstu; przy ponownym wejściu na stronę, użytkownikowi wyświetlona zostanie skrócona treść informacji, z ponowną możliwością rozwinięcia pełnego tekstu przez użytkownika,
- w przypadku wersji mobilnej strony internetowej widoczna będzie informacja o treści skróconej: „Decyzja zobowiązująca Prezesa UOKiK nr RBG RBG-9/2020. Dowiedz się więcej” z możliwością jej rozwinięcia przez użytkownika,
- tekst powyższego komunikatu zostanie wyrównany do lewej strony,
- zastosowana czcionka będzie odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej na ww. stronie internetowej,
- w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, komunikat zostanie zrealizowany odpowiednio przez lub za pośrednictwem danego przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw przedsiębiorcy dawnej i nowej,
- w przypadku zmiany adresu strony internetowej, niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do strony internetowej funkcjonującej w czasie zamieszczenia przedmiotowego oświadczenia na stronie internetowej UPC,
- przedmiotowy komunikat będzie dostępny na stronie internetowej UPC przez okres 2 (słownie: dwóch) miesięcy od daty jego zamieszczenia na stronie internetowej UPC.

W ocenie Prezesa Urzędu zobowiązanie w powyższym kształcie spełnia cel wydania decyzji zobowiązującej, którym jest zapewnienie odpowiedniego poziomu ochrony interesów ogółu konsumentów. Złożone przez Spółkę zobowiązanie przewiduje przyznanie rekompensaty dla konsumentów dotkniętych działaniem przedsiębiorcy oraz poinformowanie szerokiego grona konsumentów o niedopuszczalności określonych działań przedsiębiorcy. Wielkość przyznanych rekompensat została uzależniona od wagi i skutków poszczególnych praktyk stosowanych przez Spółkę.

Sposób dokonywania zgłoszeń przez konsumentów

W celu skorzystania z oferowanych przez UPC Polska opcji przysporzenia konsument powinien zgłosić się do UPC drogą elektroniczną, drogą telefoniczną lub drogą pocztową w terminie 30 dni od daty otrzymania ww. informacji, a w sytuacji w której do konsumenta nie została wysłana informacja - w terminie 30 dni od daty zamieszczenia komunikatu na stronie internetowej UPC.

Po przyjęciu zgłoszenia konsumenta UPC dokona weryfikacji, czy konsument który złożył zgłoszenie mieści się w grupie konsumentów uprawnionej do przysporzenia. W maksymalnym zaś terminie 90 dni od daty otrzymania zgłoszenia UPC prześle klientowi:

- informację, iż konsument nie jest beneficjentem przysporzenia

lub

- poinformuje konsumenta o rodzaju lub rodzajach przysługującego mu przysporzenia oraz o konieczności wyboru określonej opcji lub dokonania innych czynności (podanie rachunku bankowego).

Dokonanie wyboru przez konsumenta powinno nastąpić najpóźniej w ciągu 30 dni od otrzymania informacji od UPC.

Komunikacja UPC z konsumentem lub konsumenta z UPC będzie odbywać się w postaci rejestrowanej rozmowy telefonicznej, korespondencji e-mail lub drogą pocztową (w przypadku braku posiadania przez UPC adresu e-mail konsumenta lub numeru telefonicznego konsumenta).

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I rozstrzygnięcia decyzji.

Obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań (pkt II rozstrzygnięcia decyzji)

Zgodnie z art. 28 ust. 3 okikU w decyzji nakładającej na przedsiębiorcę obowiązek wykonania określonych zobowiązań Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w oznaczonym terminie informacji o stopniu ich realizacji.

W związku z powyższym Prezes Urzędu zobowiązał przedsiębiorcę do poinformowania o stopniu realizacji zobowiązań, o których mowa w pkt I decyzji, zgodnie z treścią pkt II rozstrzygnięcia decyzji.

Przekazane przez Spółkę informacje oraz dokumenty pozwolą zweryfikować i ocenić sposób oraz stopień wykonania zobowiązania.

Mając na uwadze powyższe Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II rozstrzygnięcia decyzji.

Pouczenie

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 okikU w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2019 r., poz. 1460, dalej także jako: kpc) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2020 r., poz. 755), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł. Zgodnie z art. 103 ust. 1-2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna dodatkowo wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Jak stanowi art. 117 § 1 kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.

Zgodnie z art. 117 § 3 kpc osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.

W myśl art. 117 § 4 kpc wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.