

Sygn. akt *XVII AmA 42/16*

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 30 października 2018 r.

Sąd Okręgowy w Warszawie, XVII Wydział Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
w składzie:

Przewodniczący –	SSO Anna Maria Kowalik
Protokolant –	st. sekr. sąd. Joanna Preizner

po rozpoznaniu 30 października 2018 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa (...) **spółka akcyjnej w G.**

przeciwko **Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

o stwierdzenie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

na skutek odwołania powódki od decyzji Prezesa z 30 grudnia 2015 roku Nr (...)

1. oddala odwołanie;
2. zasądza od (...) spółki akcyjnej w G. na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwotę 1 440,00 zł (jeden tysiąc czterysta czterdzieści złotych) tytułem zwrotu kosztów zastępstwa procesowego.

SSO Anna Maria Kowalik

Sygn. akt XVII AmA 42/16

UZASADNIENIE

Decyzją Nr (...) z 30 grudnia 2015 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej Prezes UOKIK) po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów:

I. na podstawie art. 26 ust. 1 w związku z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) (dalej uokik) w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945), uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik, działanie (...) S.A. z siedzibą w G. polegające na świadczeniu konsumentom usługi telewizji kablowej, w ramach której (...) S.A. gwarantuje jedynie liczbę programów telewizyjnych składającą się na wybrany pakiet usługi, nie określając w umowie zawartości programowej pakietu usługi, natomiast zmiana w zakresie świadczenia konsumentom poszczególnych programów telewizyjnych (w ramach gwarantowanej liczby programów telewizyjnych składającej się na pakiet) nie stanowi zmiany umowy, co narusza art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu

nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r. Nr 171, poz. 1206 ze zm.) (dalej upnpr) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów i nakazał zaniechanie jej stosowania.

II. na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945), nałożył na (...) S.A. z siedzibą w G.:

1. środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci obowiązku umożliwienia konsumentom pozostającym na dzień uprawomocnienia się niniejszej decyzji abonentami usług telewizji kablowej świadczonych przez (...) S.A. i objętym zmianami programowymi polegającymi na wyłączeniu lub zastąpieniu innym programem kanału objętego wskazanym w umowie pakietem programowym - według informacji przekazywanych przez Spółkę na dzień zawarcia umowy w postaci listy kanałów - wypowiedzenia umowy z powodu braku akceptacji wprowadzonych zmian, w terminie 1 (jednego) miesiąca od dnia poinformowania abonentów przez Spółkę o wprowadzonych zmianach i wymienionym uprawnieniu drogą pisemną w sposób przewidziany w pkt II.2 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, z zachowaniem okresu wypowiedzenia nie dłuższego niż 1 miesiąc, bez obowiązku zwrotu (...) S.A. przyznanej przy zawieraniu umowy ulgi w rozumieniu art. 57 ust. 6 ww. ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 243 ze zm.) w przypadkach, w których miało to miejsce,

2. środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci obowiązku poinformowania konsumentów pozostających na dzień uprawomocnienia się niniejszej decyzji abonentami usług telewizji kablowej świadczonych przez (...) S.A. i objętych zmianami programowymi polegającymi na wyłączeniu lub zastąpieniu innym programem kanału objętego wskazanym w umowie pakietem programowym - według informacji przekazywanych przez Spółkę na dzień zawarcia umowy w postaci listy kanałów - o wprowadzonych zmianach programowych i przysługujących im uprawnieniach opisanych w pkt II.1 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji poprzez:

a. skierowanie do wymienionej grupy konsumentów listem poleconym informacji o wprowadzonych zmianach programowych i przysługujących konsumentom uprawnieniach oraz czynnościach, jakie musi podjąć konsument w celu ich realizacji, w terminie 2 (dwóch) miesięcy od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji;

b. publikację - na koszt (...) S.A., na stronie internetowej tego przedsiębiorcy (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa (...) w terminie 2 (dwóch) tygodni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji - informacji o wprowadzonych zmianach programowych i przysługujących wymienionej grupie konsumentów uprawnieniach oraz czynnościach, jakie musi podjąć konsument w celu ich realizacji, w ten sposób, że odnośnik do komunikatu powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywany na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 3 (trzech) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej,

3. środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci obowiązku zwrotu - w terminie 1 (jednego) miesiąca od dnia wystąpienia przez konsumentów ze stosownym żądaniem - konsumentom objętym zmianami programowymi polegającymi na wyłączeniu lub zastąpieniu innym programem kanału objętego wskazanym w umowie pakietem programowym - według informacji przekazywanych przez Spółkę na dzień zawarcia umowy w postaci listy kanałów - którzy w związku z wprowadzonymi przez Spółkę zmianami złożyli wypowiedzenie umowy i którzy obciążeni zostali obowiązkiem zwrotu przyznanej przy zawieraniu umowy ulgi w rozumieniu art. 57 ust. 6 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 243 ze zm.), a obowiązek ten wykonali - naliczonych z ww. tytułu kwot, po zgłoszeniu przez konsumentów stosownego żądania w terminie 1 (jednego) miesiąca od dnia poinformowania przez Spółkę o tym uprawnieniu drogą pisemną w sposób przewidziany w pkt II.4 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, wraz ze wskazaniem sposobu realizacji przez (...) S.A. zwrotu (przelewem bankowym lub przekazem pocztowym),

4. środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci obowiązku poinformowania konsumentów objętych zmianami programowymi polegającymi na wyłączeniu lub zastąpieniu innym programem kanału objętego wskazanym w umowie pakietem programowym - według informacji

przekazywanych przez Spółkę na dzień zawarcia umowy w postaci listy kanałów - którzy w związku z wprowadzonymi przez Spółkę zmianami złożyli wypowiedzenie umowy i którzy obciążeni zostali obowiązkiem zwrotu przyznanej przy zawieraniu umowy ulgi w rozumieniu art. 57 ust. 6 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 243 ze zm.), a obowiązek ten wykonali, o przysługujących im uprawnieniach opisanych w pkt I.3 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji poprzez:

a. skierowanie do wymienionej grupy konsumentów listem poleconym informacji o przysługujących im uprawnieniach oraz czynnościach, jakie musi podjąć konsument w celu otrzymania zwrotu pobranych kwot, w terminie 2 (dwóch) miesięcy od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji;

b. publikację - na koszt (...) S.A., na stronie internetowej tego przedsiębiorcy (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa (...) w terminie 2 (dwóch) tygodni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji - informacji o przysługujących wymienionej grupie konsumentów uprawnieniach oraz czynnościach, jakie musi podjąć konsument w celu otrzymania zwrotu pobranych kwot, w ten sposób, że odnośnik do komunikatu powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywany na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 3 (trzech) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej,

5. środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci obowiązku odstąpienia od dochodzenia roszczeń z tytułu zwrotu przyznanej przy zawieraniu umowy ulgi w rozumieniu art. 57 ust. 6 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 243 ze zm.) - w terminie 1 (jednego) miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji - wobec konsumentów objętych zmianami programowymi polegającymi na wyłączeniu lub zastąpieniu innym programem kanału objętego wskazanym w umowie pakietem programowym - według informacji przekazywanych przez Spółkę na dzień zawarcia umowy w postaci listy kanałów - którzy w związku z wprowadzonymi przez Spółkę zmianami złożyli wypowiedzenie umowy i którzy obciążeni zostali obowiązkiem zwrotu przyznanej przy zawieraniu umowy ulgi w rozumieniu art. 57 ust. 6 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 243 ze zm.), lecz obowiązku tego nie wykonali,

6. środek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w postaci obowiązku poinformowania konsumentów objętych zmianami programowymi polegającymi na wyłączeniu lub zastąpieniu innym programem kanału objętego wskazanym w umowie pakietem programowym - według informacji przekazywanych przez Spółkę na dzień zawarcia umowy w postaci listy kanałów - którzy w związku z wprowadzonymi przez Spółkę zmianami złożyli wypowiedzenie umowy i którzy obciążeni zostali obowiązkiem zwrotu przyznanej przy zawieraniu umowy ulgi w rozumieniu art. 57 ust. 6 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 243 ze zm.), lecz obowiązku tego nie wykonali, o odstąpieniu przez Spółkę od dochodzenia roszczeń z tego tytułu poprzez: publikację - na koszt (...) S.A., na stronie internetowej tego przedsiębiorcy (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa (...) w terminie 2 (dwóch) tygodni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji - informacji o odstąpieniu przez Spółkę od dochodzenia wymienionych roszczeń, w ten sposób, że odnośnik do komunikatu powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywany na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 3 (trzech) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej,

7. obowiązek publikacji niniejszej decyzji w całości, na koszt (...) S.A., na stronie internetowej tego przedsiębiorcy (w dacie wydania niniejszej decyzji jest to strona internetowa (...) w terminie 2 (dwóch) tygodni od daty uprawomocnienia się przedmiotowej decyzji, w ten sposób, że odnośnik do treści decyzji powinien zostać umieszczony na stronie głównej oraz utrzymywania jej na przedmiotowej stronie internetowej przez okres 3 (trzech) miesięcy od daty opublikowania na stronie internetowej.

III. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945), nałożyła na (...) S.A. z siedzibą w G., płatną do budżetu państwa, karę pieniężną w wysokości:

- 4 810 521 zł z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie I rozstrzygnięcia niniejszej decyzji;

IV. na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2015 r., poz. 184 ze zm.) w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r. poz. 945) oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t. j. Dz. U. z 2013 r., poz. 267 ze zm.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obciążył (...) S.A. z siedzibą w G. kosztami przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązał tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 73,20 zł (słownie: siedemdziesiąt trzy złote dwadzieścia groszy) w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Od niniejszej Decyzji „(...)” spółka akcyjna w G. (dalej powódka), złożyła odwołanie zaskarżając Decyzję w całości.

Zaskarżonej Decyzji powódka zarzuciła:

1. naruszenie art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik w z art. 4 ust. 1 upnpr poprzez ich błędną interpretację i w konsekwencji niewłaściwe zastosowanie, polegającą na zastosowaniu ww. przepisu jako podstawy kwestionowania warunków świadczenia usługi tj. istoty oferty;
2. naruszenie art. 6 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej w związku z art. 20 i 22 Konstytucji RP poprzez ich nieuwzględnienie i bezpodstawne przyjęcie, że pozwany posiada kompetencje do kształtowania za przedsiębiorcę produktów oferowanych na rynku;
3. naruszenie art. 233 kpc w związku art. 84 uokik poprzez przekroczenie granic swobodnej oceny dowodów polegające na uznaniu, że zebrany w sprawie materiał dowodowy potwierdza praktykę, określoną w pkt I Decyzji, a także poprzez błędne przyjęcie, iż dowody w postaci rozmów telefonicznych konsultantów z konsumentami świadczą o błędnym informowaniu konsumentów przez powódkę co do istoty oferty;
4. naruszenie art. 107 § 3 kpa w zw. z art. 83 uokik poprzez brak właściwego uzasadnienia Decyzji a to na skutek skonstruowania uzasadnienia Decyzji, które pozostaje w sprzeczności z jej sentencją;
5. naruszenie art. 28 ust. 1 uokik, poprzez bezprawne uzależnienie przyjęcia od powódki zobowiązania złożonego w trybie art. 28 uokik od wyeliminowania skutków zarzucanego działania;
6. naruszenie art. 26 ust. 2 uokik poprzez nakazanie zastosowania środków do usunięcia trwających skutków naruszenia określonych w pkt II. 1 Decyzji, które nie są konieczne do usunięcia trwających skutków praktyki;
7. naruszenie art. 26 ust. 2 uokik poprzez zastosowanie środków do usunięcia trwających skutków naruszenia w pkt II.2.a Decyzji, które są nieadekwatne do naruszenia wskazanego w pkt I Decyzji;
8. naruszenie art. 26 ust. 2 uokik poprzez zastosowanie środków do usunięcia trwających skutków naruszenia w pkt II.4.a Decyzji, które są nieadekwatne do naruszenia wskazanego w pkt I Decyzji;
9. naruszenie art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik, poprzez bezpodstawne - wobec naruszenia art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik w związku z art. 4 ust. 1 upnpr poprzez ich błędną interpretację i w konsekwencji niewłaściwe zastosowanie - nałożenie kary pieniężnej w pkt III Decyzji;
10. Naruszenie art. 106 ust. 1 pkt 4 w związku z art. 111 uokik poprzez nałożenie wygórowanej kary pieniężnej na skutek:

- naruszenia zasady proporcjonalności na skutek przyjęcia przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej całego przychodu powódki podczas gdy stwierdzone naruszenie dotyczy tylko jednej usługi świadczonej przez powódkę;
- pominięcia przy nakładaniu oraz ustalaniu wysokości kary pieniężnej okoliczności, które zaistniały w niniejszej sprawie;
- przyjęcia przesłanek, które w niniejszej sprawie nie znajdują zastosowania, a które miały wpływ na ustalenie wysokości kary pieniężnej.

W oparciu o powyższe zarzuty powódka wniosła o:

1) zmianę Decyzji Prezesa UOKiK w pkt I poprzez uznanie, że zarzucane jej zachowania nie wyczerpują przesłanek praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów,

ewentualnie o:

2) zmianę Decyzji Prezesa UOKiK w pkt I poprzez umorzenie postępowania jako bezprzedmiotowego

oraz

3) zmianę Decyzji Prezesa UOKiK poprzez uchylenie środków zaradczych, o których mowa w pkt II,

oraz

4) zmianę Decyzji w pkt III poprzez umorzenie postępowania w zakresie nałożonej kary pieniężnej,

5) zmianę Decyzji w pkt IV poprzez zniesienie kosztów postępowania nałożonych na powódkę.

Ponadto w każdym przypadku powódka wniosła o dopuszczenie i przeprowadzenie dowodów powołanych w uzasadnieniu odwołania na okoliczności tam wskazane.

Jednocześnie z ostrożności procesowej, w przypadku nieuwzględnienia wniosku z pkt 1) lub 2) odwołania wniosła o:

6) zmianę Decyzji Prezesa UOKiK poprzez uchylenie środków zaradczych, o których mowa w pkt II.1 i II.2a oraz II.4a Decyzji;

oraz

7) zmianę decyzji poprzez obniżenie kary pieniężnej, o której mowa w pkt III Decyzji.

Poza tym w przypadku nieuwzględnienia wniosków wskazanych w pkt 1)- 5) oraz wniosku o dopuszczenie i przeprowadzenie dowodów powołanych w uzasadnieniu odwołania wniosła ewentualnie o:

8) zmianę Decyzji Prezesa UOKiK w pkt II.2.a poprzez zastąpienie obowiązku poinformowania konsumentów o przysługujących im uprawnieniach listem poleconym na przekazanie informacji za pomocą listu zwykłego

oraz

9) zmianę Decyzji Prezesa UOKiK w pkt II.4.a poprzez zastąpienie obowiązku poinformowania konsumentów o przysługujących im uprawnieniach listem poleconym na przekazanie informacji za pomocą listu zwykłego;

10) zmianę Decyzji poprzez obniżenie kary pieniężnej, o której mowa w pkt III Decyzji, albo

11) uchylenie Decyzji w zakresie jej pkt I, II, III.

Powódka wniosła także o zasądzenie na jej rzecz kosztów postępowania według norm przepisanych.

Pozwany Prezes UOKiK w odpowiedzi na odwołanie wniosł o:

1. oddalenie odwołania w całości;
2. dopuszczenie i przeprowadzenie dowodów wskazanych w uzasadnieniu pisma;
3. oddalenie wniosku dowodowego powódki dotyczącego wezwania pozwanego i pisma powódki w ramach postępowania o sygn. (...);
4. zasądzenie od powódki na rzecz pozwanego kosztów zastępstwa procesowego według norm przepisanych.

Powódka w piśmie z dnia 22 października 2018 r. wniosła o dopuszczenie i przeprowadzenie dowodu z zeznań świadków:

- K. T. – Z-cy Dyrektora Biura Prawnego w powodowej Spółce celem wykazania przyczyn wprowadzenia oraz okoliczności towarzyszących wprowadzeniu nowej oferty programowej przez powódkę,
- E. D. Departamentu (...) w powodowej Spółce i
- B. D. Pionu Strategii i Rozwoju w powodowej Spółce

celem wykazania braku równowagi lub też wykorzystywania przez nadawców w negocjowaniu umów licencyjnych na dystrybucję programów sytuacji, w której usunięcie przez operatora programu z oferty programowej skutkowało koniecznością przyznania abonentom praw do rozwiązania umowy bez konieczności zwrotu operatorowi upustów przyznawanych przy zawieraniu umowy na warunkach promocyjnych.

Na rozprawie strony podtrzymały dotychczasowe stanowiska.

Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił następujący stan faktyczny:

(...) S.A. z siedzibą w G. jest przedsiębiorcą wpisanym do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS (...). Przedmiotem działalności gospodarczej jest działalność w zakresie usług telekomunikacyjnych, w tym świadczonych dla konsumentów (odpis z KRS k. 63- 70 akt sąd.). Powódka jest przedsiębiorcą telekomunikacyjnym wpisanym do rejestru prowadzonego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej pod numerem (...) (okoliczność bezsporna).

Powódka w ramach prowadzonej działalności gospodarczej zawiera z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, m.in. usług dostępu do programów telewizyjnych w ramach określonych pakietów usług. Na dzień 1 czerwca 2015 r. abonentami powódki było [tajemnica przedsiębiorstwa k. 643 akt adm.].

W stosowanym przez powódkę w obrocie konsumenckim wzorze umowy (Umowa Abonencka nr.../ Aneks do Umowy Abonenckiej nr...) w części dotyczącej usługi radia i telewizji kablowej znajduje się miejsce na wskazanie nazwy objętego umową pakietu programowego oraz nazwy promocji (wzór umowy k. 8 akt adm. stanowi załącznik do pisma Spółki z dnia 12 czerwca 2013 r. k. 5- 6 akt adm.).

Szczegółowe warunki świadczenia ww. usług określa Regulamin Świadczenia Usługi (...) (...) S.A. , dalej jako: „Regulamin” (Regulamin k. 9- 12 akt adm.). Zgodnie z § 19 Postanowień wspólnych umowy: Regulamin Świadczenia Usługi (...)/Regulamin Świadczenia Usługi (...)/Regulamin Świadczenia Usługi (...), a ponadto Regulamin Świadczenia Usługi (...) przez spółki z grupy (...) oraz Oferta Usług (...)/Cennik (...) są integralną częścią Umowy Abonenckiej, odpowiednio Aneksu do Umowy Abonenckiej. Abonent potwierdza, że otrzymał ww.

Regulaminy i Ofertę Usług (...)/Cennik właściwe dla usług objętych Umową Abonencką, odpowiednio Aneksiem do Umowy Abonenckiej i akceptuje ich postanowienia. (...) (Postanowienia wspólne k. 7 akt adm.).

Zgodnie z § 2 ust. 9 Regulaminu, Oferta Usług (...) to gwarantowana abonentowi liczba programów telewizyjnych składająca się na pakiet. Zmianę w Ofercie Usług (...), stanowiącą zmianę warunków Umowy Abonenckiej, stanowić będzie obniżenie liczby programów telewizyjnych składających się na Pakiet, poniżej liczby programów gwarantowanej przez Operatora. W takim przypadku Abonent uprawniony będzie do wypowiedzenia Umowy Abonenckiej, z zachowaniem terminów wskazanych w Regulaminie. Abonent zostanie poinformowany o tej zmianie na piśmie, przed jej wprowadzeniem oraz poprzez informacyjny kanał planszowy emitowany przez (...), z wyprzedzeniem co najmniej trzech pełnych miesięcy kalendarzowych przed wprowadzeniem tych zmian w życie. Zgodnie z § 2 ust. 12 Regulaminu, Pakiet to określony w Ofercie Usług (...)/Cenniku zakres usługi.

Powódka stosuje postanowienia Regulaminu kształtujące ofertę usług operatora (§ 2 ust. 9 Regulaminu) w niezmienionym kształcie od 1 marca 2011 r. (pismo Spółki z dnia 30 lipca 2015 r. k. 641 akt adm.).

Powódka ukształtowała świadczenie usługi telewizji kablowej w taki sposób, że zobowiązana jest dostarczać konsumentom w ramach zawartej umowy gwarantowaną liczbę programów telewizyjnych składającą się na pakiet. Przedmiotem świadczonej przez nią usługi telewizji kablowej jest określona liczba programów telewizyjnych składająca się na pakiet (Oferta Usług (...)), a nie poszczególne programy. Tylko obniżenie w danym pakiecie liczby programów telewizyjnych poniżej zagwarantowanej liczby stanowi zmianę oferty usług operatora, która dla swej ważności wymaga uprzedniego poinformowania abonenta z wyprzedzeniem co najmniej trzech miesięcy zarówno na piśmie, jak i poprzez kanał planszowy emitowany przez operatora, a abonent na skutek wprowadzenia tej zmiany uzyskuje prawo do wypowiedzenia umowy abonenckiej bez konsekwencji finansowych (pismo Spółki z dnia 12 czerwca 2013 r. k. 5- 6 akt adm.). Dokonywanie przez powódkę zmian w świadczeniu usługi dostępu do programów telewizyjnych w poszczególnych pakietach, o ile nie narusza gwarantowanej liczby programów telewizyjnych składającej się na pakiet, nie stanowi zmiany warunków umowy.

Opisane zasady znajdują zastosowanie nie tylko do podstawowych pakietów programowych, lecz także do pakietów tematycznych i pakietów (...) (pismo Spółki z dnia 30 lipca 2015 r. k. 641 akt adm.), w skład których wchodzi jedynie kilka kanałów (2-8) i które w nazwie pakietu zawierają najczęściej nazwę jednego z kanałów bądź rodziny kanałów, które wchodzi w ich skład (np. pakiet (...)).

Przy zawieraniu umowy o świadczenie usługi telewizji kablowej konsumentom przekazywany jest wykaz programów telewizyjnych aktualnych na dzień wskazany w wykazie. Znajduje się w nim zastrzeżenie, że wykaz ma tylko charakter informacyjny i nie stanowi oferty usług (...) (pismo Spółki z dnia 12 czerwca 2013 r. wraz z załącznikami k. 5- 351 akt adm.). Ww. zastrzeżenie najczęściej znajduje się poniżej tabeli z listą programów. Informacja o liczbie gwarantowanych kanałów w ramach poszczególnych pakietów znajduje się natomiast w przekazywanych konsumentom cennikach usług jako odrębna pozycja, tj. Oferta Usług (...) (pismo Spółki z dnia 12 czerwca 2013 r. wraz z wykazami kanałów stanowiącymi załącznik do ww. pisma, k. 5- 351 akt adm.).

Przy prezentacji oferty Spółki w trakcie telefonicznych rozmów sprzedażowych w związku z zawarciem lub przedłużeniem umowy w trybie na odległość nie są przekazywane konsumentom informacje dotyczące charakteru oferty (gwarancja liczby kanałów, nie konkretnych kanałów) (skrypty rozmów sprzedażowych z 2014 i 2015 roku k. 536- 542 akt adm.). W toku rozmów sprzedażowych zazwyczaj dochodzi do prezentacji zawartości programowej konkretnych pakietów (wymienienia przez konsultanta konkretnych kanałów), nie są zaś podawane informacje o charakterze oferty, tj. o niegwarantowanym charakterze ww. kanałów (przykłady w tabeli poniżej).

W trakcie rozmowy telefonicznej z konsumentem (niezależnie od tego, przez którą ze stron umowy jest ona inicjowana) konsultant z reguły podaje liczbę kanałów zawartych w danym pakiecie, pomijając informację o gwarancji jedynie ich liczby, z jednoczesnym omówieniem charakteru i zawartości programowej poszczególnych kanałów. W niektórych

przypadkach konsument nie otrzymuje nawet informacji o liczbie kanałów w danym pakiecie, niekiedy podana jest liczba w przybliżeniu („około”). Konsultant często pyta abonenta, jaka tematyka kanałów go interesuje.

Przykładowe cytaty z telefonicznych rozmów sprzedażowych przekazanych w załączeniu do pisma Spółki z dnia 16 marca 2015 r. (nagrania k. 543 akt adm.) zawarte są w tabeli poniżej.

l.p.	nazwa pliku	data rozmowy	cytat z oznaczeniem momentu w rozmowie (min:sek) Konsultant (K)/ Abonent(A)
1.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.11.2014	<p>00:46 K: jest tutaj przygotowana dla państwa oferta pod kątem tutaj jak gdyby ujednolicenia sobie tej oferty kanałowej i ogólnie poszerzenia sobie tej oferty kanałowej o lepsze, fajniejsze kanały z telewizji tutaj już pełnej, cyfrowej (...).</p> <p>02:25 K: Natomiast tutaj jest teraz taka możliwość, że może pan przejść na w pełni telewizję cyfrową, gdzie tych kanałów jest o wiele więcej, ale przede wszystkim jest możliwość, że może sobie pan jeszcze poszerzać te pakiety kanałowe (...), dlatego tutaj są tak oferty przygotowane, żeby sobie klienci jak gdyby mieli tą możliwość poszerzenia sobie tej paczki kanałowej na tej telewizji cyfrowej (...).</p> <p>03:20 K: Będzie pan miał około 120 kanałów, będzie pan miał około 20 kanałów w jakości HD (...).</p>

2.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.11.2014	<p>01:24 K: (...) a proszę pani taka kwestia, jeśli chodzi o telewizję cyfrową, jak pani troszkę czasu ma, to bardziej pani naukowe, filmy ogląda, sport?</p> <p>A: No sport.</p> <p>K: Sport, a jeśli chodzi o te kanały właśnie to jakie dziedziny najczęściej?</p> <p>A: Znaczący no różne (...) Ja nie będę na razie nic przedłużała, bo ja już znowu nie chcę więcej płacić (...).</p> <p>02:55 K: (...) A tam pani ma taką wypożyczalnię filmów, czy korzystała pani z tego (...)?</p> <p>A: Nie, nie korzystałam z tego (...)</p> <p>03:55 K: (...) telewizja by została na tym poziomie pakietu (...), tam jeszcze ze dwa kanały (...) miałyby pani dodatkowo dostępne. (...).</p> <p>05:48 A: (...) Ja nie chcę po prostu nic więcej, mniej, nie wiem, no pewnie nic mniej. To co mam to mi wystarcza. I po prostu, no rozumie pan, prawda? (...)?</p> <p>K: (...), słyszę proszę pani, na razie nie mamy go w ofercie, ale wie pani co, jest coś takiego jak (...) (...), (...) (...). (...) nie mamy. Czekamy aż</p>
----	------------------------------	------------	--

			<p>podpiszemy jakąś umowę dłuższą i on wtedy wejdzie do pakietu np. dziecięcego, nie?</p> <p>(...)</p>
3.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.11.2014	<p>01:16 (...) Czy pani myślała jak te oferty przedłużyć, czy pani zastanawiała się nad tych ofertach, czy pani jeszcze nie myślała jeszcze, jak to zrobić?</p> <p>A: Znaczy wie pan co... Ja to mnie to w ogóle są nie potrzebne, jakieś tam filmy dla dzieci i to wszystko, bo ja tego w ogóle nie oglądam... Także, jakby można było, to ja po prostu bym zrezygnowała z tego, co się da, nie?</p> <p>01:55 K: (...) Pani ma tutaj pakiet za 39 zł i tą paczkę dla całej rodziny za 19,99, tak? I tutaj powiedzmy... i tutaj tak są tylko te kanały sportowe, filmowe i dziecięce i teraz tutaj Internet, to byśmy mogli zostawić w tej samej propozycji (...).</p> <p>02:36 K: Mam dla pani tutaj propozycję pierwszą (...) 03:20 K: Telewizja 39 zł ten pakiet podstawowy i tutaj to 19,99 ta paczka dla całej rodziny, tak?</p> <p>A: A tego, nie można wyrzucić, tej paczki?</p> <p>K: Znaczy no może pani z tego pakietu zrezygnować, ale no wtedy to, co pani miała tych kanałów</p>

			<p>sportowych, dziecięcych i filmowych to część kanałów pani by uciekła, a tak może pani to oglądać. (...) tutaj kanały by pani uciekły, to by było tak: (...), (...).</p> <p>A: No to nie, wie pan, ja jestem sama, u mnie nikt tego w ogóle nie ogląda. Także powyrzucać to, co się da.</p> <p>K: To tak to pani powiem, no z tą paczką tutaj, z tymi tutaj filmami no dziecięcymi, sportowymi i filmowymi, tutaj łączny koszt abonamentu na rok czasu byłby tutaj w kwocie 126,99 a tutaj jakby była bez tej paczki – no ale wtedy pani też tych filmów by nie miała, to oferta byłaby uboższa – no ale wtedy to byłby tutaj abonament w kwocie 107 zł.</p> <p>A: No to może tak, to niech zostanie ten za 107 (...).</p>
4.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.12.2014	<p>02:23 K: Czy kanały, które pani posiada, pani odpowiadają?</p> <p>A: Wszystko mi odpowiada (...).</p> <p>K: W takim razie ja przedłużę pani promocję na okres kolejnych 12 miesięcy na tych samych warunkach (...).</p>

5.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.12.2014	<p>01:05 K: I to będzie wszystko to samo, czyli te same programy?</p> <p>A: Tak, wszystko to samo.</p>
6.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.12.2014	<p>04:25 K: czy te kanały państwa interesują, które są dotychczas?</p> <p>A: A właśnie, a dlaczego zniknęło (...) i (...) tam chyba coś jeszcze było?</p> <p>K: Tzn. wie pani co, nadawca się wycofał. Na razie nie ma tego kanału.</p> <p>A: (...), bo ja właśnie tam miałam takie kanały, które bardzo lubiłam i mi zniknęły seriale, które oglądałam i jestem zła.(...).</p> <p>K: Tzn. powiem pani tak. Nadawca się wycofał. My odgórnie zgłaszamy, tak? Bo klienci tutaj też, no nie tylko pani..., dużo klientów jest, którzy oglądali te kanały i teraz są źli, dlatego zgłaszamy to odgórnie. Być może te kanały powrócą, tak? Na razie są zastąpione innymi. Też no niektórzy się cieszą z tego powodu, tak? Jeżeli są dzieci w domu, to wiadomo, że jakieś bajkowe dodatkowo się przydadzą. Natomiast tu też i (...) się pojawiła, (...) (...) Jeżeli są dodawane kanały, to do tego nowego planu (...), który nazywa się (...), wtedy byłaby tutaj taka zaktualizowana oferta programowa. (...).</p>

			<p>Dodatkowo byłby jeszcze (...). (...)</p> <p>08:39 K: Miałaby pani wtedy (...) czyli po prostu wszystkie kanały, które są teraz dostępne i aktualizacja.</p> <p>A: <i>Na pewno nic by nie ubyło?</i></p> <p>K: <i>Nie, nie. Już nic nie ubędzie. Wszystko co miało się zmienić to ubyło.</i></p>
7.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.12.2014	<p>02:08 K: Jest pani na warunkach promocyjnych, bo gdyby pani nie była na tych warunkach promocyjnych, to ta telewizja nawet by 20 zł drożej kosztowała. A teraz jest pani na warunkach promocyjnych, które właśnie dobiegają końca, dlatego telefonujemy tutaj z ofertą, żeby sobie przedłużyć, tak?</p> <p>A: Tak, ale na tej samej zasadzie, co jest.</p> <p>K: Proszę pani, jeżeli chodzi o na takiej samej zasadzie, to niestety już tutaj takiej promocji nie mamy.</p> <p>A: A coś takiego taniego właśnie?</p> <p>K: Proszę pani, najtańsza promocja, jaką możemy na ten moment zaproponować, jest w kwocie 64,99 zł i <i>ma pani wtedy ten plan (...), który pani obecnie posiada i dochodzą</i></p>

			<p>nowe kanały, proszę pani, filmowe. Proszę pani (...) – dwa dodatkowe kanały filmowe.</p> <p>(...).</p> <p>03:59 A: No a w ogóle taki podstawowy abonament u was to ile wynosi?</p> <p>K: No proszę pani, to w zależności za jaki pakiet. Ten, który pani tutaj posiada, (...), to bez promocji kosztuje 70 zł.</p> <p>(...).</p> <p>04:25 K. Teraz posiada pani około 120 kanałów, prawda?</p> <p>A: Nie wiem nawet (...).</p>
8.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.12.2014	<p>00:24 K: ja do pana telefonuję, ponieważ będzie się panu kończyła promocja na usługę telewizji i mamy dla pana już przygotowane nowe warunki, z jakich może pan skorzystać? Czy ja mogę zająć chwilkę na rozmowę? (...)</p> <p>00:54 K: To w kwestii telewizji tylko pana zapytam, jak już pan czy ktoś u pana z domowników tak ogląda tą telewizję, to jaka najbardziej tematyka państwa interesuje? Czy to są jakieś kanały typowo filmowe, sportowe przyrodniczo-naukowe?</p> <p>A: No... sportowe, filmowe. Wszystkie w</p>

			<p>zasadzie. Tylko te bajki odchodzą (...).</p> <p>K: Bajki nie? Tak? Bajki nie interesują. (...)</p> <p>02:52 K: Czyli doszłoby panu kilka kanałów w jakości HD:(...),(...), (...), (...). Dwa kanały (...) też tutaj by były (...).</p>
9.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.01.2015	<p>03:20 A: Jeśli ja mam plan (...), to co ja w tym mam? Powinienem mieć wszystko, tak?</p> <p>K: To znaczy w planie (...), to jest plan pośredni, i powinno być w ok. 100-120 kanałów, w zależności od dostępności w miejscowościach, zaraz zerknę, jak jest w C., bo w niektórych miejscowościach nie ma możliwości technicznych świadczenia wszystkich kanałów.</p> <p>(...).</p> <p>04:03 K: W C. powinna być cała oferta, czyli około 120 kanałów.A: A ten (...) czym on się różni? (...)!</p> <p>K: (...) różni się tym, że jest ok. 140 kanałów w tym pakiet filmowy, dziecięcy, sportowy.</p> <p>(...)</p> <p>04:50 A: Co jest więcej w (...)?</p> <p>04:56 K: Tak jak wspomniałam, dodatkowo w (...) jest pakiet – filmy</p>

			<p>i seriale, dzieci i sport HD extra.</p> <p>A: A jakie to są programy? Filmy np.?</p> <p>K: Już mówię. Momencik, otworzę sobie tylko ofertę programową.</p> <p>05:39 K: Filmy i seriale to jest: (...), (...) (...), (...) (...). Dzieci – (...) (...), (...) (...), Sport – (...), (...) itd.</p> <p>(...)</p>
10.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.01.2015	<p>02:01 K: W tym momencie mamy propozycje dla pana przejścia z tej telewizji tylko i wyłącznie na telewizję cyfrową. Taki koszt... Pytanie tylko – jakie kanały najczęściej pan ogląda?</p> <p>A: Najczęściej? No informacyjne i sportowe.</p> <p>K: A ze sportowych, które najczęściej pana interesują?</p> <p>A: Wszystkie, proszę panią.</p> <p>K: A konkretnie? Z tego względu, że w pakiecie, który tutaj mam dla pana do zaoferowania, nie każdy program sportowy jest.</p> <p>(...)</p> <p>04:10 K: W takim razie mam do zaoferowania dla pana (...). I już panu mówię, jak by to wyglądało.</p>

04:41 K: 121,97 zł i w tym ma pan dodatkowe kanały sportowe.

A: No a dodatkowe czyli jakie? Bo ja w tej chwili też mam kanały sportowe.

K: M.in. (...), (...), (...), (...), (...) i oczywiście wszystkie te kanały w jakości HD.

(...)

06:16 K:Stąd moja propozycja w tym momencie tego (...) z kanałami sportowymi. Ma pan 122 kanały w (...) i dostępne dodatkowo te 7 kanałów, o których wspomniałam w jakości HD sportowych (...).

(...)

07:23 A: Ja chcę np. Telewizję (...), której wy mi nie możecie zagwarantować.

K: Jest. Już teraz faktycznie jest.

A: Na to mnie załapaliście, że będę miał telewizję (...), bo bym w życiu nie podpisał na to...

K: Ale proszę pana, **właśnie chodzi o to, że od stycznia (...) wróciła do naszej oferty.**

(...)

K: **Telewizję (...) mamy właśnie w pakiecie (...).** Jest ona dostępna na kanale 175.

			<p>Stąd ta moja propozycja przejścia na tą telewizję cyfrową, na ten (...).</p> <p>A: No, dobrze, dobrze.</p> <p>K: W takim razie jeżeli dobrze rozumiem będzie to pakiet przejście z obecnego pakietu na pakiet (...) z kanałami z tematyki sportowej.</p> <p>(...).</p>
11.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.01.2015	<p>00:50 K: Aby mogła jak najlepiej dopasować ofertę do pani oczekiwań jeśli chodzi o usługi, pozwoli pani, że zapytam; proszę mi powiedzieć, czy zauważyła pani może, że jakiś kanałów pani brakuje, jakiś kanał jest niedostępny, a chciałby pani z niego korzystać?</p> <p>(...)</p> <p>01:40 K: Na ten moment opcje mogę pani zaproponować dwie (...). Pierwsza moja propozycja jest taki pakiet troszeczkę rozszerzony – uzyskiwałaby pani dostęp aż do 122 kanałów, proszę pani, w tym kanałów w jakości HD byłoby około 20. (...) Ewentualnie oczywiście mam opcję mniejszą, uzyskiwałaby pani dostęp do 90 kanałów, proszę pani, w jakości cyfrowej. (...).</p> <p>(...)</p>

			<p>04:45 A: Jakie tam są kanały?</p> <p>K: Mogę pani wymienić, nie ma problemu. W Pakiecie (...) czyli w tym mniejszym tutaj jest tak: (...), (...), (...), (...) (...)</p> <p>05:20 A: Niech mi pani powie – w tym pakiecie za 12 zł – oprócz tych kanałów, które ja mam to jakie dodatkowo by były?</p> <p>K: A jakie sobie pani życzy?</p> <p>(...)</p> <p>K: Teraz ma pani około 40. Jest dużo serialowych, filmowych. (...) Z filmowych będzie tak – (...), F. F., (...) (...). Z naukowych – (...), (...) (...)</p> <p>(...)</p> <p>07:35 K: W momencie kiedy by pani skorzystała z naszej oferty, mogę pani oczywiście, jeśli sobie pani życzy, przelać ofertę programową wtedy pocztą, żeby pani też miała tutaj zaznaczone, jakie kanały pani posiada.</p> <p>(...).</p>
12.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.01.2015	<p>01:01 K: W takim razie ja tutaj proponuję pani ofertę porównywalną do wcześniejszej</p> <p>(...).</p>

			<p>01:30 K: Cena byłaby 83 zł brutto, doszłyby pani jeszcze tutaj dodatkowe programy (...).</p> <p>02:19 K: A z jakich programów chciałaby pani korzystać? A: No ja korzystam z tych informacyjnych przede wszystkim i te przyrodnicze, to prawie większość.</p> <p>K: W tej cenie, którą pani proponuję, dojdą pani dwa kanały takie ogólnotematyczne (...).</p>
13.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.01.2015	<p>01:15 (...) A jeżeli chodzi o telewizję tutaj cyfrową, to jakie programy najczęściej państwo oglądają? Czy może jakiś programów o konkretnej tematyce w tym zestawieniu państwu brakuje?</p> <p>K: Powiem tak... telewizja cyfrowa mnie nie interesuje wcale, dlatego że z tego w ogóle nie korzystam, dlatego że w niej nic nie ma. Po prostu nic.</p> <p>(...)</p> <p>03:35 K: (...) Jeżeli chodzi o telewizję tutaj cyfrową w tym pakiecie (...), to pani ma wszystkie programy tutaj w tym momencie polskojęzyczne. (...)</p> <p>(...)</p> <p>04:10 K: W tej akurat telewizji, co pani ma, to jest tylko jeden francuski, dwa niemieckie</p>

			<p>– natomiast jeżeli chodzi o zakres telewizji włoskiej... jeden rosyjski. (...) W tym pakiecie telewizji (...) ma pani tak naprawdę tylko 4 programy obcojęzyczne. (...)</p> <p>(...).</p>
14.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.01.2015	<p>00:40 K: (...) ja panu powiem, jak by tu wyglądała nowa oferta. (...) [brak informacji o liczbie kanałów gwarantowanych]</p>
15.	[tajemnica przedsiębiorstwa]	15.01.2015	<p>00:33 K: (...) Pan korzysta tutaj z Pakietu (...), (...), (...) jest w pakiecie wyższym, w Pakiecie – proszę pana – (...), gdzie ma pan 30 kanałów więcej w tym pakiecie jest właśnie ten kanał.</p> <p>A: A czemu nie ma (...)?</p> <p>K: Była zmiana oferty programowej, jeśli chodzi o ten kanał – właśnie na poczet tych kanałów zostały wprowadzone nowe, tak jak właśnie (...).</p> <p>A: ... czyli (...) nie będzie, tak?</p> <p>K: To znaczy jest, ale w tym wyższym pakiecie – proszę pana – bo tutaj w Pakiecie (...), pan na ten moment posiada tutaj Pakiet (...) i odnawiał pan ofertę w listopadzie ubiegłego roku.</p>

A: No tak, tak. No dobrze, a ile ten wyższy pakiet kosztuje?

K: Już otworzę dokumenty, zaraz tutaj odpowiem. To będzie oferta dostosowana tutaj do pana konta. A więc – proszę pana – jeśli chodzi o Pakiet (...), to będzie tutaj różnica 9 zł na abonamencie (...).

A: A czy może pani sprawdzić, ile bym wtedy płacił?

K: Całościowy abonament?

A: Tak.

K: Chwileczkę. (...)

A: A kiedy ja to bym mógł zmienić?

K: Od pierwszego lutego może pan mieć dostępną **nową ofertę programową** (...).

03:40 K: Ja jeszcze dodam, że w ramach tej oferty będzie pan miał udostępniony tutaj jeszcze dodatkowo nie dość, że pakiet wyższy – pakiet (...) 120 kanałów, w tym jeszcze dwa popularne kanały filmowe (...) (...).

05:54 A: Proszę pani ja się zgadzam. Tylko ile teraz będę miał programów? Bo mam coraz mniej.

K: 122 kanały.

A: Dobrze. Czy jakieś przyrodnicze w tym będą?

			<p>K: Tzn. jeśli chodzi o kanały tutaj w pakiecie (...). Już chwileczkę. (...) proszę pana, poza tym (...) to jest kanał tutaj również przyrodniczy. I kolejne... No w sumie z przyrodniczych to tylko te, które wymieniałam.</p>
--	--	--	---

Z kolei na stronie internetowej Spółki prezentowana jest zawartość programowa poszczególnych pakietów z podziałem na bloki tematyczne i możliwością podświetlenia przez konsumenta poszczególnych kanałów o określonej tematyce (np. bajki, filmy i seriale) (zrzuty strony internetowej Spółki w załączniku nr 4 do pisma Spółki z dnia 30 lipca 2015 r. k. 650- 653 akt adm.).

Od momentu wprowadzenia oferty telewizji kablowej w przedmiotowym kształcie (z gwarancją liczby kanałów) powódka wielokrotnie wprowadzała zmiany programowe bez pisemnego poinformowania o tym fakcie abonentów mających ze Spółką zawarte umowy (pisemne informacje kierowane były do konsumentów jedynie, gdy zmiany jednorazowo dotyczyły większej liczby kanałów - pismo z dnia 30 lipca 2015 r. k. 641v akt adm., informacje kierowane do konsumentów k. 407- 416, 478- 505, 665-667 akt adm.) i bez zachowania odpowiedniego okresu wypowiedzenia wynikającego z art. 60a ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne.

W sytuacji wprowadzania zmian programowych powódka nie przyznawała abonentom prawa do wypowiedzenia umowy z powodu braku akceptacji zmian bez obowiązku zwrotu przyznanej ulgi, o której mowa w art. 57 ust. 6 ustawy Prawo telekomunikacyjne.

W okresie od 1 stycznia 2012 r. do 12 czerwca 2013 r. (17,5 miesiąca) powódka - w zakresie zawartości programowej poszczególnych pakietów usług świadczonych w standardzie cyfrowym - wprowadziła [tajemnica przedsiębiorstwa] zmian polegających na wyłączeniu danego kanału lub zastąpieniu go innym (liczba jest sumą zmian we wszystkich pakietach, maksymalna liczba zmian w ramach jednego pakietu wyniosła [tajemnica przedsiębiorstwa]).

Jako przyczyny zmian powódka wskazała na [tajemnica przedsiębiorstwa] (załącznik do pisma Spółki z dnia 19 czerwca 2013 r. k. 392- 406 akt adm.). W ww. okresie Spółka wzbogaciła również swoją ofertę, dodając do niej nowe kanały (pismo Spółki z dnia 19 czerwca 2013 r. k. 391- 406 akt adm.). Zmiany programowe realizowane były kilku terminach.

W tym samym okresie (od 1 stycznia 2012 r. do 12 czerwca 2013 r.) - w zakresie zawartości programowej poszczególnych pakietów usług świadczonych w technologii analogowej - zmiany polegające na wyłączeniu danego kanału lub zastąpieniu go innym dotknęły ponad [tajemnica przedsiębiorstwa] miejscowości. Liczba zmian wahała się w zależności od miejscowości (stacji czołowych) od [tajemnica przedsiębiorstwa] zmiany (np. [tajemnica przedsiębiorstwa] do [tajemnica przedsiębiorstwa] ([tajemnica przedsiębiorstwa]) (załącznik do pisma Spółki z dnia 19 czerwca 2013 r. k. 392- 406 akt adm.). Zmiany realizowane były w jednym lub kilku terminach. We wskazanych ramach czasowych Spółka wprowadziła również zmiany polegające na dodaniu do oferty nowych kanałów (pismo Spółki z dnia 19 czerwca 2013 r. k. 391- 406 akt adm.).

W okresie od 13 czerwca 2013 r. do 19 września 2014 r. (15 miesięcy) - w zakresie zawartości programowej poszczególnych pakietów usług świadczonych w standardzie cyfrowym - Spółka wprowadziła [tajemnica przedsiębiorstwa] zmian polegających na wyłączeniu danego kanału lub zastąpieniu go innym. Zmiany realizowane były w kilku terminach. Jako przyczyny zmian Spółka wskazała na [tajemnica przedsiębiorstwa]. We wskazanych ramach czasowych Spółka wprowadziła również zmiany polegające na dodaniu do oferty nowych kanałów (pismo

Spółki z dnia 22 września 2014 r. k. 475- 477 akt adm., pismo Spółki z dnia 30 lipca 2015 r. zawierające korektę wcześniej przekazanych danych k. 641- 643 akt adm.).

W tym samym okresie (od dnia 13 czerwca 2013 r. do dnia 19 września 2014 r.) - w zakresie zawartości programowej poszczególnych pakietów usług świadczonych w technologii analogowej - zmiany polegające na wyłączeniu danego kanału lub zastąpieniu go innym dotknęły ponad [tajemnica przedsiębiorstwa] miejscowości. Liczba zmian wahała się w zależności od miejscowości (stacji czołowych) od [tajemnica przedsiębiorstwa] zmiany (np. [tajemnica przedsiębiorstwa] do [tajemnica przedsiębiorstwa] ([tajemnica przedsiębiorstwa]) (pismo Spółki z dnia 22 września 2014 r. k. 475- 477 akt adm., pismo Spółki z dnia 30 lipca 2015 r. zawierające korektę wcześniej przekazanych danych k. 641- 643 akt adm.). Zmiany realizowane były w jednym lub kilku terminach. We wskazanych ramach czasowych Spółka wprowadziła również zmiany polegające na dodaniu do oferty nowych kanałów (pismo Spółki z dnia 22 września 2014 r. k. 475- 477 akt adm.).

W okresie od dnia 19 września 2014 r. do dnia 16 marca 2015 r. (6 miesięcy) - w zakresie zawartości programowej poszczególnych pakietów usług świadczonych w standardzie cyfrowym - Spółka wprowadziła [tajemnica przedsiębiorstwa] zmiany polegających na wyłączeniu danego kanału lub zastąpieniu go innym (pismo Spółki z dnia 16 marca 2015 r., załącznik 3b k. 549 akt adm.). W większości przypadków zmiany realizowane były w jednym terminie. Spółka we wskazanych ramach czasowych wprowadziła również zmiany polegające na dodaniu do oferty nowych kanałów.

W okresie od dnia 19 września 2014 r. do dnia 16 marca 2015 r. - w zakresie zawartości programowej poszczególnych pakietów usług świadczonych w technologii analogowej - zmiany polegające na wyłączeniu danego kanału lub zastąpieniu go innym dotknęły ponad [tajemnica przedsiębiorstwa] miejscowości. Liczba zmian wahała się w zależności od miejscowości (stacji czołowych) od [tajemnica przedsiębiorstwa] zmiany (np. [tajemnica przedsiębiorstwa] do [tajemnica przedsiębiorstwa] ([tajemnica przedsiębiorstwa]) (pismo Spółki z dnia 16 marca 2015 r., załącznik 3a k. 544- 548 akt adm.). W większości przypadków zmiany realizowane były w jednym terminie. W 4 miejscowościach Spółka we wskazanych ramach czasowych wprowadziła również zmiany polegające na dodaniu do oferty nowego kanału.

W okresie od dnia 16 marca 2015 r. do dnia 30 lipca 2015 r. (4,5 miesiąca) - w zakresie zawartości programowej poszczególnych pakietów usług świadczonych w technologii cyfrowej - (...) wprowadziła [tajemnica przedsiębiorstwa] zmianę polegającą na wyłączeniu danego kanału i zastąpieniu go innym (pismo Spółki z dnia 30 lipca 2015 r. k. 641- 643 akt adm.).

W tożsamym okresie - w zakresie zawartości programowej poszczególnych pakietów usług świadczonych w technologii analogowej - zmiany polegające na wyłączeniu danego kanału lub zastąpieniu go innym dotknęły ponad [tajemnica przedsiębiorstwa] miejscowości. We wszystkich miejscowościach poza jedną ([tajemnica przedsiębiorstwa] – [tajemnica przedsiębiorstwa] zmiany) miała miejsce [tajemnica przedsiębiorstwa] zmiana programowa.

O powyższych zmianach Spółka informowała swoich abonentów poprzez zamieszczenie komunikatu na stronie internetowej Spółki, w przypadku telewizji cyfrowej za pośrednictwem plansz wyświetlanych na poszczególnych kanałach lub korespondencyjnie, tj. w formie komunikatów przesyłanych jako odrębne informacje czy też poprzez zamieszczenie dopisku na fakturach (pisma Spółki z dnia 19 czerwca 2013 r. k. 391 akt adm. oraz z dnia 22 września 2014 r. k. 475- 477 akt adm.). Przekazywane konsumentom komunikaty obejmowały informację, iż wprowadzane zmiany nie stanowią zmiany oferty usług operatora, a liczba programów telewizyjnych składających się na poszczególne pakiety pozostaje bez zmian. Informacje o zmianach programowych przekazywane są konsumentom drogą pisemną, jedynie gdy przedmiotowa zmiana jednorazowo dotyczy większej liczby kanałów, w przypadku zaś informacji na stronie internetowej zazwyczaj publikowane są one z kilkudniowym wyprzedzeniem przed wprowadzeniem tych zmian (pismo Spółki z dnia 30 lipca 2015 r. k. 641- 643 akt adm.).

W przypadku wprowadzania zmian programowych powódka nie gwarantowała podobieństwa tematyki czy popularności kanału wycofywanego i wprowadzanego, np. zamiana kanału (...) (kanał o charakterze informacyjnym)

na (...) (kanał o charakterze rozrywkowym) (zmiana z 10 lutego 2012 r., pismo Spółki z 19 czerwca 2013 r. k. 391-406 akt adm.), zamiana kanału (...) (...) (kanał emitujący programy dokumentalne) na kanał (...) (kanał o tematyce filmowej) (zmiana z 29 kwietnia 2014 r., pismo Spółki z 22 września 2014 r. k. 475-505 akt adm.), zamiana (...) (kanał o charakterze rozrywkowym) na (...) (kanał rodzinny, dla dzieci w wieku przedszkolnym), (...) (kanał emitujący seriale) na (...) (kanał rodzinny) (zmiana z 1 stycznia 2015 r., załącznik do pisma Spółki z 16 marca 2015 r. k. 544- 549 akt adm.).

Przy dokonywaniu wyboru kanału, który ma zastąpić kanał wyłączany, powódka kieruje się następującymi kryteriami: [tajemnica przedsiębiorstwa] (pismo z dnia 30 lipca 2015 r. k. 641- 643 akt adm.).

Składane przez konsumentów reklamacje związane ze zmianami programowymi rozpatrywane były przez powódkę negatywnie (odpowiedzi na reklamacje k. 574-575, 577, 580, 582, 584 akt adm.). W kierowanych do konsumentów odpowiedziach Spółka wskazywała, że:

- stanowisko merytoryczne (...) w kwestii definiowania Oferty Usług (...) pozostaje zgodne z literą prawa, w tym z ustawą z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (t.j.: Dz. U.2014.243) a usunięcie konkretnych programów telewizyjnych z oferty programowej, w sytuacji gdy nie stanowi ono jednocześnie o obniżeniu liczby programów telewizyjnych składających się na Pakiet, poniżej liczby programów gwarantowanej przez Operatora - nie przesądza o zmianie warunków Umowy Abonenckiej, która uprawniałaby Abonenta do wypowiedzenia tejże (...) (odpowiedź na reklamację konsumenta [tajemnica przedsiębiorstwa], załącznik do pisma Spółki z dnia 26 maja 2015 r. k. 575 akt adm.),

- opisywane przez Panią zmiany w ofercie programowej (...), zostały dokonane w ramach gwarantowanej liczby programów świadczonych Abonentom, korzystającym z pakietu (...) i nie stanowią istotnej zmiany warunków Umowy Abonenckiej. (...) Pragnę także wyjaśnić, że zmiany w ofercie programowej, zostały wprowadzone na skutek licznych głosów naszych Klientów, którzy prosili o wprowadzenie m.in. kanałów (...) oraz (...) (odpowiedź na reklamację konsumentki [tajemnica przedsiębiorstwa] , załącznik do pisma Spółki z dnia 26 maja 2015 r. k. 580 akt adm.).

W związku ze zmianami programowymi wprowadzonymi przez Spółkę w 2014 r. wypowiedzenie złożyło [tajemnica przedsiębiorstwa] abonentów odbierających usługi w systemie cyfrowym oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] abonentów odbierających usługi w systemie analogowym. W związku ze zmianami programowymi wprowadzonymi przez Spółkę w I kwartale 2015 r. wypowiedzenie złożyło [tajemnica przedsiębiorstwa] abonentów odbierających usługi w systemie cyfrowym oraz [tajemnica przedsiębiorstwa] abonentów odbierających usługi w systemie analogowym. Spośród ww. przypadków wypowiedzenia umów [tajemnica przedsiębiorstwa] z nich wiązało się z koniecznością zwrotu przez konsumentów przyznanej ulgi w rozumieniu art. 57 ust. 6 Pt (pismo Spółki z dnia 26 maja 2015 r.).

Do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w okresie poprzedzającym wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz w czasie jego prowadzenia wpływały pisma konsumentów wyrażające przekonanie, że zawartość programowa konkretnych pakietów kanałów, o której powódka informowała w trakcie rozmowy sprzedażowej oraz którą prezentowała na stronie internetowej, stanowi jeden z warunków umowy, oraz wskazujące na niezadowolenie z dokonywania przez powódkę zmian programowych (k. 85-134 akt sąd.). Wybrane cytaty z przykładowych pism konsumentów włączonych do akt sprawy znajdują się w tabeli poniżej.

l.p.	sygnatura pisma	cytat z zawiadomienia/pisma konsumenta/reklamacji przekazanej do wiadomości Urzędu
1.	(...)	„W dniu 2 stycznia zorientowałem się że uległ zmianie zestaw

		<p>abonamentu miesięcznego w wysokości 220,89 PLN nie był adekwatny do oferty programowej na którą zgodziłem się wcześniej podpisując umowę. (...) (...) o zmianie regulaminu umowy winna mnie poinformować, a w szczególności podać uzasadnienie dlaczego wymieniony powyżej pakiet kanałów tematycznych (...) został wyłączony”.</p>
3.	(...)	<p>„Wybierając usługi Waszej firmy, w tym pakiet obejmujący m.in. kanały (...), uwzględniłem JAKOŚĆ a nie ILOŚĆ kanałów. Wprowadzone kanały zamiennie zupełnie mnie nie interesują i nie mają żadnej wartości edukacyjnej w przeciwieństwie do kanałów (...) . Marka (...) jest marką uznaną na całym świecie i niezwykle wartościową oraz pełniącą bezdyskusyjnie funkcje edukacyjne – czego zdecydowanie nie można powiedzieć o kanałach (...) (??) czy też (...) (??). Nie przedłużając umowy licencyjnej uzyskaliście Państwo wymierną korzyść finansową. Korzyść ta jest tym większa, iż zmianie nie uległy opłaty abonamentowe”.</p>
4.	(...)	<p>„(...) [operator] zaoferował w promocyjnej cenie najwyższy pakiet programowy (...) (...), a następnie bez pisemnego uprzedzenia na koniec grudnia 2014 r. zlikwidował nadawanie programów m.in. (...), (...), (...), uzupełniając o programy bajkowe dla dzieci typu (...), (...), (...) , którymi nie jestem zainteresowany ich oglądaniem”.</p>

5.	(...)	<p>„W miejsce usuniętych kanałów zostały dodane kanały niszowe o zupełnie odmiennym tematyce, 3 kanały bajkowe, 1 kanał motoryzacyjny, 1 kanał informacyjny, 1 kanał filmowy, 1 kanał przyrodniczy (...).”</p> <p>„Należy nadmienić, iż użytkownik decydując się na zakup konkretnego pakietu kanałów, podejmuje decyzję w oparciu o zawartość tematyczną danego kanału lub treść oferowaną na konkretnym kanale przez nadawcę kanału. Operator dokonując zmiany polegającej na zastąpieniu kanału np. przyrodniczego kanałem bajkowym, narusza w zdecydowany sposób stan, na który zgodziły się obie strony w dniu zawierania umowy.</p> <p>Ponadto należy nadmienić, iż wprowadzana zmiana nie jest wynikiem zakończenia nadawania kanału w danym kraju (niezależnym od operatora), lecz wynika z braku zawarcia stosownej umowy pomiędzy operatorem i nadawcą, co może sugerować, iż dla operatora emisja programu jest nieopłacalna biznesowo”.</p>
6.	(...)	<p>„ Osoby decydując się na zakup usługi telewizji kablowej patrzą na zawartość programową, a nie na ilość kanałów. Idąc tokiem myślenia (...) spółka w każdej chwili mogłaby zamienić wszystkie polskie kanały na np. koreańskie i klient nie mógłby rozwiązać umowy, choć kiedy ją zawierał oferta była zupełnie inna. Poza tym abonenci cały czas są wprowadzani w błąd – na stronie internetowej (...) publikuje loga poszczególnych stacji</p>

		<p>telewizyjnych wchodzących w skład oferowanych przez siebie pakietów telewizyjnych, a nie - jak twierdzą - liczbę kanałów składających się na dany pakiet. Ponadto podczas rozmów telefonicznych przedstawicielem (...), którzy namawiają klientów na przedłużenie umowy są pytani o konkretne kanały, które abonencie oglądają i otrzymują zapewnienia, że są one w danej ofercie, pakiecie – to samo dzieje się w lokalnych biurach obsługi klienta”.</p>
7.	(...)	<p>„Jedynie na marginesie wskazuję, że ww. zmianę Umowy uważam za niekorzystną ponieważ dotyczyła m.in. usunięcia z oferty istotnego kanału tv, tj. (...) (w zasadzie jedyne, z powodu którego kontynuowałem Umowę) i zastąpienia go kanałem (...). Oba kanały dotyczą całkowicie innej materii, (popularno-naukowa vs. filmowa), jakości i poziomu emitowanych programów, przy czym z mojego subiektywnego punktu widzenia porównanie wypada na niekorzyść kanału nowowprowadzonego do oferty, tj. (...)”.</p> <p>„W mojej ocenie nie można zgodzić się ze stanowiskiem Operatora, jakoby zmianę umowy stanowiło wyłącznie obniżenie liczby programów telewizyjnych, a nie zmiana katalogu oferowanych programów.”</p> <p>(...) S.A. jednostronnie, nie powiadamiając mnie dokonał zmiany oferty programowej, usuwając z oferty najczęściej oglądany przeze mnie kanał i zastępując go innym.</p> <p><i>Kontynuowanie umowy w jej zmienionym kształcie jest dla mnie pozbawione celu i</i></p>

		<i>uważam, że powinien mieć prawo do jej wypowiedzenia”.</i>
8.	(...)	„Tym samym firma (...) S.A. mami klientów listą kanałów, a jednocześnie twierdzi że ma prawo jednego dnia zamienić wszystkie te kanały na dowolne inne byleby w takiej samej ilości”.

Prezes UOKiK przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy powódka dopuściła się naruszenia przepisów uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów lub naruszenia chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniającego podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach, w związku ze zmianą oferty programowej Usługi Telewizji (...) ((...)) (postanowienie o wszczęciu postępowania wyjaśniającego wraz z zebranymi materiałami k. 1- 422 akt adm.).

W dniu 10 lutego 2014 r. Prezes UOKiK na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego postanowił wszczęć postępowanie w sprawie stosowania przez (...) S.A. z siedzibą w G. praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik, polegającej na świadczeniu konsumentom usługi telewizji kablowej, w ramach której (...) S.A. gwarantuje jedynie liczbę programów telewizyjnych składającą się na wybrany pakiet usługi, nie określając w umowie zawartości programowej pakietu usługi, natomiast zmiana w zakresie świadczenia konsumentom poszczególnych programów telewizyjnych (w ramach gwarantowanej liczby programów telewizyjnych składającej się na pakiet) nie stanowi zmiany umowy, co mogło naruszać art. 4 ust. 1 upnpr oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów (postanowienie o wszczęciu postępowania k. 424- 425 akt adm.).

Postanowieniem z 10 lutego 2014 r. Prezes UOKiK włączył również do materiału dowodowego w postępowaniu administracyjnym określone dokumenty zgromadzone w toku postępowania wyjaśniającego ((...)).

Postanowieniem z 29 października 2015 r. (postanowienie k. 688 akt adm.) Prezes zaliczył w poczet dowodów w przedmiotowym postępowaniu przykładowe pisma konsumentów i instytucji zajmujących się ochroną konsumentów dotyczące działalności (...) S.A. z siedzibą w G., które wpłynęły do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (pisma k. 691- 794 akt adm.).

W piśmie z 11 lipca 2014 r. powódka przedstawiła propozycję zobowiązania w rozumieniu art. 28 uokik w zw. z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945). Przedmiotowa propozycja ulegała w toku postępowania modyfikacjom, a jej ostateczny kształt został określony w pismach Spółki z dnia 22 września 2014 r., 3 października 2014 r. i 29 kwietnia 2015 r. i przedstawiał się następująco.

Powódka zobowiązała się do wprowadzenia do obrotu oferty (w miejsce oferty zakwestionowanej), w której pakiety kanałów telewizji kablowej składać się będą: (1) z listy konkretnych programów gwarantowanych oraz (2) z listy konkretnych programów niegwarantowanych. Listy programów gwarantowanych i niegwarantowanych stanowić będą załącznik do umowy, będący jej integralną częścią. W przypadku jakichkolwiek zmian programingu gwarantowanego konsumentowi przysługiwać będzie prawo wypowiedzenia umowy. Zmiany programingu niegwarantowanego nie będą stanowić zmiany warunków umowy, a zatem w takim wypadku konsument zostanie o takiej zmianie poinformowany, jednak nie będzie mu przysługiwało ani prawo wypowiedzenia umowy, ani prawo akceptacji lub braku akceptacji zmian. Powyższe zasady zostaną w sposób niebudzący wątpliwości zamieszczone w umowach (w tym również w załączniku zawierającym obie listy programów), a także materiałach kierowanych przez Spółkę do konsumentów. W celu usunięcia skutków zarzucanej praktyki, (...) skieruje do swoich klientów,

korzystających z obecnej, zakwestionowanej przez Prezesa UOKiK oferty, propozycję zmiany aktualnie obowiązującej umowy. Spółka prześle tym klientom aneksy zawierające nowe warunki, polegające na wprowadzeniu do umów listy programów gwarantowanych i niegwarantowanych oraz stanowiące o konsekwencjach przyjętego podziału w przypadku zmian programingu (pismo Spółki z dnia 22 września 2014 r. k. 475- 505 akt adm.).

Dodatkowo powódka zobowiązała się do:

A. dostarczania konsumentom korzystającym z usług w systemie cyfrowym bezpłatnie dodatkowych kanałów telewizyjnych: (...) oraz (...), przy czym (...) dostarczany byłby przez okres 6 miesięcy począwszy od 15 dnia po otrzymaniu decyzji, a (...) przez okres najpóźniej od dnia 1 sierpnia do upłynięcia 6 miesięcy począwszy od 15 dnia po otrzymaniu decyzji:

B. zaoferowania konsumentom korzystającym z usług w systemie analogowym, stosowanie do sprzętu posiadanego przez konsumenta, darmowych usług obejmujących:

- dostęp (w postaci aktywnej karty sim) do internetu w technologii (...) o pojemności 2 GB transferu miesięcznie oraz 10 minut rozmów telefonicznych w zakresie krajowych połączeń na telefony stacjonarne i komórkowe do wszystkich sieci – przez okres od momentu otrzymania karty sim do upływu pełnych 6 miesięcy liczonych od końca miesiąca, w którym konsument otrzyma kartę sim

albo

- aktywną kartę telefoniczną sim umożliwiającą nieograniczoną liczbę połączeń telefonicznych w zakresie krajowych połączeń na telefony stacjonarne i komórkowe do wszystkich sieci – przez okres od momentu otrzymania karty sim do upływu pełnych 3 miesięcy liczonych od końca miesiąca, w którym konsument otrzyma kartę sim

oraz

- do skierowania do tych konsumentów w terminie miesiąca od dnia otrzymania decyzji listów informujących o możliwości skorzystania z ww. usług, jeśli konsumenci zgłoszą taką wolę za pośrednictwem (...) S.A. w terminie 2 miesięcy od otrzymania informacji od (...) S.A., jednak nie dłuższym niż 2,5 miesiąca od dnia otrzymania decyzji (pismo Spółki z dnia 29 kwietnia 2015 r. k. 560- 561 akt adm.).

Prezes UOKiK uznał, że powyższa propozycja nie spełnia przesłanek wydania decyzji zobowiązującej w rozumieniu art. 28 uokik, o czym poinformował Spółkę w pismach z 11 maja 2015 r. (k. 562 akt adm.) oraz 29 czerwca 2015 r. (k. 632- 633 akt adm.).

Pismem z 27 listopada 2015 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu postępowania dowodowego, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy (k. 795 akt adm.). W dniu 8 grudnia 2015 r. z aktami sprawy zapoznali się pełnomocnicy Spółki (k. 797 akt adm.).

Pismem z 14 grudnia 2015 r. (k. 798- 799 akt adm.) Spółka odniosła się do materiału zgromadzonego w aktach sprawy i przedstawiła ostateczne stanowisko, podtrzymując w całości stanowisko wyrażone w piśmie z dnia 3 marca 2014 r., w którym wskazano, że kwestionowana praktyka Spółki nie narusza art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Jednocześnie (...) przedstawiła uwarunkowania rynkowe leżące u podstaw oferty zakwestionowanej przez Prezesa Urzędu, wskazując na silną pozycję nadawców na rynku, którzy wykorzystują obowiązek gwarantowania konsumentom zawartości programowej przez dostawców usług telewizji kablowej w celu narzucania niekorzystnych dla dostawców usług warunków umów i podwyższania cen. Spółka podkreśliła również mocną pozycję na rynku konsumentów osiągniętą w wyniku skracania maksymalnych okresów, na jakie może być zawarta umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych, skracania okresów wypowiedzenia ww. umów, a także wielości konkurencyjnych propozycji dostawców usług. Spółka podkreśliła również, że oferta w kształcie kwestionowanym w ramach niniejszego postępowania może w sposób pozytywny wpływać na sytuację konsumentów.

30 grudnia 2015 r. Prezes UOKIK wydał zaskarżoną Decyzję (k. 804- 825, 827- 848 akt adm.).

Powyższy stan faktyczny został ustalony przez Sąd w oparciu o dowody z dokumentów zgromadzone w toku postępowania administracyjnego i konkretne dowody dopuszczone w trakcie postępowania sądowego, nie kwestionowane przez strony.

Sąd oddalił wniosek powódki o dopuszczenie i przeprowadzenie dowodu z wezwania pozwanego z dnia 11 marca 2011 r. sygn. (...) i pisma powódki z dnia 28 marca 2011 r. na okoliczność badania przez pozwanego Regulaminu powódki w 2011 r., albowiem przekazanie Regulaminu jednostce organizacyjnej Urzędu już w 2011 r. i jego ewentualna analiza nie ma wpływu na niniejszą sprawę, w której m.in. w oparciu o rzeczony Regulamin uznano dopiero konkretne działanie powódki za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Sąd oddalił również wniosek powódki o dopuszczenie i przeprowadzenie dowodów z zeznań świadków jako spóźniony, ponieważ mógł zostać powołany już w odpowiedzi na odwołanie, poza tym dowody nie miały znaczenia dla rozstrzygnięcia sprawy skoro były nakierowane na wykazanie przyczyn wprowadzenia oraz okoliczności towarzyszących wprowadzeniu nowej oferty programowej przez powódkę oraz udowodnienie braku równowagi i wykorzystywanie przez nadawców opisanej przez powódkę sytuacji w negocjowaniu umów licencyjnych, podczas gdy to praktyka powódki w ramach kwestionowanej przez pozwanego oferty jest przedmiotem niniejszej sprawy.

W tym stanie faktycznym Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje:

Odwołanie nie zasługuje na uwzględnienie, bowiem zaskarżona Decyzja jest słuszna i ma oparcie w przepisach prawa a podnoszone przez powódkę zarzuty nie są trafne, stąd nie mogą skutkować uchyleciem, czy też jej zmianą.

W pkt I Decyzji Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów określił niedozwoloną praktykę stosowaną przez (...) S.A. w G.. Praktyka ta, zdaniem Prezesa UOKIK, godzi w zbiorowe interesy konsumentów w wyniku naruszenia art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (dalej „uokik”).

Zgodnie z art. 24 ust. 1 powołanej ustawy zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do treści art. 24 ust. 2 pkt 3 tej ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działania przedsiębiorcy, w tym w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Oceny, czy w danym przypadku mamy do czynienia z praktyką określoną w art. 24 ust. 2 uokik należy zatem dokonać na podstawie łącznego spełnienia następujących przesłanek:

- 1) bezprawności działania przedsiębiorcy,
- 2) godzenia tymi działaniami w zbiorowy interes konsumentów.

Nie budzi wątpliwości w niniejszej sprawie, że powódka jest przedsiębiorcą i że podejmowała działania w obrocie z konsumentami. Rozstrzygnięcia wymagały więc kwestie, czy działania opisane w stanie faktycznym sprawy są bezprawne i czy naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

O bezprawności w rozumieniu powołanego przepisu możemy mówić, gdy zachowanie przedsiębiorcy - czyli jego działanie, jak również zaniechanie - jest sprzeczne z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym, a więc zarówno z normami prawnymi, jak również z zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. Bezprawność jest przy tym obiektywnym czynnikiem, a więc jest niezależna od winy i jej stopnia, jak również bez znaczenia jest świadomość istnienia naruszeń. Bezprawność jest także niezależna od wystąpienia szkody.

Natomiast zakwestionowana praktyka, polegająca na świadczeniu konsumentom usługi telewizji kablowej, w ramach której (...) S.A. gwarantuje jedynie liczbę programów telewizyjnych składającą się na wybrany pakiet usługi, nie

określając w umowie zawartości programowej pakietu usługi, zaś zmiana w zakresie świadczenia konsumentom poszczególnych programów telewizyjnych (w ramach gwarantowanej liczby programów telewizyjnych składającej się na pakiet) nie stanowi zmiany umowy, narusza art. 4 ust. 1 upnpr, stanowiąc tym samym niedozwoloną praktykę rynkową, która została bezpośrednio wymieniona w art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik jako bezprawna praktyka naruszająca zbiorowy interes konsumentów.

W przypadku opisanej praktyki jej bezprawność wynika z naruszenia powszechnie obowiązującej normy prawnej wyrażonej w art. 3 upnpr - zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych.

W tym miejscu należy nadmienić, iż pojęcie praktyki rynkowej zostało zdefiniowane w art. 2 pkt 4 upnpr, gdzie podano, że przez praktyki rynkowe rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Praktyki rynkowe Przedsiębiorcy obejmowały zaś odpowiednio formułowane rozmowy sprzedażowe prowadzone z klientami oraz sposób przedstawienia treści zawartych w Umowie Abonenckiej, które miały istotny związek i przełożenie na decyzje konsumentów co do zawarcia umowy z Przedsiębiorcą.

W kwestii nieuczciwości praktyk rynkowych trzeba z kolei odwołać się do art. 4 ust. 1 upnpr, zgodnie z którym praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Skoro więc naruszenie dobrych obyczajów jest przesłanką wystąpienia czynu nieuczciwej konkurencji, a także niedozwolonej praktyki na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów interpretacji wymaga pojęcie dobrych obyczajów. Pojęcie dobrych obyczajów jest klauzulą generalną nieposiadającą normatywnej definicji. W piśmiennictwie oraz judykaturze dominuje pogląd, że klauzula dobrych obyczajów, podobnie jak klauzula zasad współżycia społecznego, nakazuje dokonać oceny w świetle norm pozaprawnych, przy czym chodzi w tym wypadku o normy moralne i obyczajowe, powszechnie akceptowane albo znajdujące szczególne uznanie w określonej sferze działań, na przykład w obrocie profesjonalnym, w określonej branży, w stosunkach z konsumentem itp. W stosunkach z konsumentami szczególne znaczenie mają te oceny zachowań podmiotów w świetle dobrych obyczajów, które odwołują się do takich wartości jak: szacunek wobec partnera, uczciwość, szczerowość, zaufanie, lojalność, rzetelność i fachowość. Dobre obyczaje należy więc ujmować na potrzeby niniejszej sprawy jako normy obyczajowe, wyznaczające standardy uczciwych i rzetelnych zachowań stron w praktyce kontraktowej. Zasady te przejawiają się w prawie konsumenta- abonentów do: precyzyjnego określenia przedmiotu zawieranej umowy, do otrzymania od przedsiębiorcy rzetelnych informacji dotyczących praw i obowiązków stron umowy, świadczenia przez przedsiębiorcę usług zgodnie z przekazem reklamowym, przedstawianą ofertą, rezygnacji z usługi przedsiębiorcy co najmniej w razie jej istotnej modyfikacji.

Sąd zważył, iż jak wynika z materiału dowodowego zgromadzonego w niniejszej sprawie (...) S.A. świadczy usługę radia i telewizji z podziałem na konkretne pakiety programowe. Toteż powódka w stosowanej Umowie Abonenckiej, w której zamieszcza się dane abonenta i Przedsiębiorcy oraz rodzaj usługi m.in. usługi radia i telewizji kablowej wybranej przez abonenta, wskazuje też „pakiet (...)” określany przez konsumenta, nie oznaczając jednak zawartości programowej tych pakietów. Przy czym zgodnie z § 1 Umowy dotyczącej ww. usługi, na podstawie Umowy Abonenckiej, odpowiednio Aneksu do Umowy Abonenckiej, Operator czyli (...) S.A. zobowiązuje się do świadczenia na rzecz Abonenta Usługi Radia i Telewizji (...) za pośrednictwem Sieci, zgodnie z wybranym przez Abonenta Pakietem. W § 2 Umowy dotyczącej tej usługi stwierdzono natomiast, że Abonent oświadcza, iż otrzymał i zapoznał się z Regulaminem Świadczenia Usługi Radia i Telewizji (...) przez (...) S.A., Ofertą Usług (...) oraz z Cennikiem zawierającym ceny i opis Usługi, Usług Dodatkowych oraz zestawienie innych opłat i zawiera niniejszą Umowę Abonencką, odpowiednio Aneks do Umowy Abonenckiej, o odpłatne korzystanie z Usługi, zgodnie z niżej określonym Pakietem programowym wraz z pakietami i Usługami Dodatkowymi. Z powyższego wynika, że pakiet programowy jest istotnym elementem świadczonej przez operatora usługi, skoro obowiązek dostarczania dostępu do kanałów telewizji zakupionego przez konsumenta pakietu stanowi główne świadczenie Spółki. Pakiet programowy wpływa zaś na zakres, rodzaj danej

usługi, stąd odpowiada mu ekwiwalentne świadczenie abonenta jakim jest zapłata wynagrodzenia za usługę dostępu do kanałów, których liczba i jakość korespondują z ceną. Tym samym zawartość takiego pakietu stanowi ważny element umowy, który koreluje ze świadczeniem abonenta.

Za taką konkluzją przemawia również fakt, iż to rodzaj programów składających się na pakiet stanowi o jakości pakietu, jego charakterze a przez to o atrakcyjności pakietu w związku z czym jest czynnikiem decydującym o zainteresowaniu konsumentów oznaczonym pakietem, jak też samą ofertą operatora. To bowiem rodzaj programów, jakie konsument zamierza oglądać kieruje jego wyborami przy zakupie usługi. Wniosek ten potwierdzają wypowiedzi konsumentów pojawiające się w dokumentach zebranych w postępowaniu, którzy oczekiwali konkretnych programów, zamawiając usługę telewizji (...) S.A. (rozmowach telefonicznych z przedstawicielami powódki, skargach kierowanych do powódki i Prezesa UOKiK w związku ze zmianą oferty programowej).

W ślad za oczekiwaniami konsumentów szły informacje przekazywane im przez powódkę. Konsumentów informowano o zawartości programowej poszczególnych pakietów (z podziałem na poszczególne kategorie tematyczne: bajki, sport, filmy i seriale itd.): na stronie internetowej Spółki, w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, przy zawieraniu umowy poprzez wręczenie konsumentowi listy kanałów. Działania takie, jak wielokrotnie wskazuje materiał dowodowy, utwierdzały konsumentów w przekonaniu, że oferta powódki sprowadza się do usługi dostarczania oznaczonych kanałów zaakceptowanych przez konsumenta, toteż operator na podstawie zawartej Umowy Abonenckiej będzie dostarczał dane kanały.

Tymczasem w myśl § 2 ust. 9 Regulaminu, Oferta Usług (...) to gwarantowana abonentowi **liczba** programów telewizyjnych składająca się na pakiet. Zmianę w Ofercie Usług (...), stanowiącą zmianę warunków Umowy Abonenckiej, stanowi jedynie **obniżenie liczby programów** telewizyjnych składających się na Pakiet, poniżej liczby programów gwarantowanej przez Operatora. W takim przypadku Abonent uprawniony jest do wypowiedzenia Umowy Abonenckiej, z zachowaniem terminów wskazanych w Regulaminie.

Oznacza to, że po pierwsze, powódka skonstruowała swoją usługę w ten sposób, że podstawowym i najważniejszym założeniem usługi jest dostarczanie jedynie określonej liczby programów telewizyjnych, bo niezachowanie tylko warunku ilościowego, na podstawie § 2 ust. 9 Regulaminu, jest traktowane jako zmiana warunków Umowy Abonenckiej i skutkuje możliwością wypowiedzenia tej Umowy przez abonenta. Po drugie, powódka nie przyznała abonentowi uprawnienia do wypowiedzenia Umowy z uwagi na zmianę zawartości programowej pakietu mimo ważności tego elementu Umowy, utożsamianego przez konsumenta nawet jako pierwszorzędny warunek zawarcia Umowy.

W kontekście tej pierwszej kwestii Sąd zważył, że o ile co do zasady przedsiębiorca ma prawo do oferowania różnorodnych usług, w tym również usług nastawionych nie na rodzaj, lecz na ilość dostarczanych kanałów, w przypadku których gwarantowanym świadczeniem umowy jest właśnie ilość programów udostępnianych abonentowi, co pozostaje w zgodzie z obowiązującym w dacie wydania Decyzji art. 6 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej statuującym zasadę wolności podejmowania, wykonywania i zakończenia działalności gospodarczej, tym niemniej musi w sposób jasny i precyzyjny informować o tym konsumenta i wyrazić ten warunek w Umowie. W treści zaś Umowy Abonenckiej czy Aneksu do Umowy usługi świadczonej przez (...) S.A. nie ma mowy o ilości programów w pakiecie oraz zapewnieniu konsumentowi tylko liczby programów telewizyjnych składających się na pakiet. Zasadę gwarantowania jedynie liczby kanałów zamieszczono w Regulaminie, który wprawdzie na mocy § 19 Postanowień wspólnych jest integralną częścią Umowy/Aneksu, aczkolwiek jako Regulamin świadczenia usługi powinien generalnie zawierać warunki szczegółowe świadczenia usługi a nie fundamentalny warunek umowy. Z treści więc samej Umowy/Aneksu abonent nie może odczytać istoty tej Umowy.

W połączeniu zaś z faktem podkreślania przez powódkę zawartości programowej poszczególnych pakietów na stronie internetowej, w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, przy wręczaniu konsumentowi listy kanałów, należy dojść do wniosku, że (...) S.A. co innego reklamuje - a mianowicie określone pakiety programowe składające się z

konkretnych programów- a co innego oferuje, tj. ilość programów, co należy uznać za niedopuszczalne i nieuczciwe względem konsumentów.

Mimo takiego działania, jak już wcześniej wspomniano, powódka nie nadaje konsumentowi uprawnienia do rozwiązania Umowy w razie zmiany programów nadawanych w ramach Umowy, która to zmiana powinna być traktowana jako zmiana warunków umowy. Tymczasem zgodnie z art. 56 ust. 3 pkt 9 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (dalej Pt) jednym z obowiązkowych elementów umowy jest określenie trybu i warunków dokonywania zmian umowy. Z kolei w myśl art. 60a ust. 1 pkt 1 Pt, dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych jest obowiązany doręczyć na piśmie abonentowi będącemu stroną umowy zawartej w formie pisemnej lub elektronicznej treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy, w tym określonych w regulaminie świadczenia publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych. Realizacja ww. obowiązków powinna nastąpić z wyprzedzeniem co najmniej jednego miesiąca przed wprowadzeniem zmian w życie (przy czym okres ten może być krótszy, jeżeli 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). Abonent powinien zostać również 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.

Tym samym powódka powinna dać abonentowi możliwość wypowiedzenia Umowy Abonenckiej z odpowiednim wyprzedzeniem stosownie do treści ww. przepisu, jeśli zmienia zawartość pakietu programowego wybranego przez konsumenta. Takiej szansy jednak konsumentowi nie dała, konstruując Regulamin w ten sposób, że zawartość pakietu nie stanowi warunku umowy, którego zmiana uprawnia do jej rozwiązania.

Jest to istotne tym bardziej, że stosownie do treści art. 60a ust. 2 Pt w razie skorzystania z prawa do wypowiedzenia umowy, o którym mowa w ust. 1, dostawcy publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych nie przysługuje zwrot ulgi, o której mowa w art. 57 ust. 6 Pt, o czym abonent powinien zostać również poinformowany. Wyłączenie zatem prawa konsumenta do skorzystania z opcji wypowiedzenia umowy, o której mowa w art. 60a ust. 1 pkt 1 Pt w razie zmiany programów w ramach pakietu implikuje więc konieczność zwrotu przez konsumenta ulgi, jeśli takowa została mu przyznana na mocy art. 57 ust. 6 Pt.

Wobec powyższego należy zgodzić się z pozwanym, że gwarantowanie w umowie liczby kanałów, a nie konkretnej zawartości programowej umożliwiło powódce niestosowanie wynikających z przepisów prawa wymogów dopuszczalności wprowadzania zmian warunków umowy, które to działanie oceniać należy jako sprzeczne z dobrymi obyczajami. Przedmiotowe zachowanie narusza dobre obyczaje, gdyż zmiany wprowadzane do umowy w wyniku ukształtowania stosunku prawnego z konsumentem w sposób kwestionowany uzależnione są wyłącznie od woli silniejszej strony stosunku prawnego (powódki), bez możliwości podjęcia przez słabszą stronę stosunku prawnego (konsumenta) jakichkolwiek działań w celu obrony swojego prawa do realizacji reklamowanych, ustalonych warunków usług, które zostały przez konsumenta zaakceptowane. Podczas gdy te zaakceptowane przez konsumenta warunki zawartości programowej pakietu powinny obowiązywać do końca ustalonego czasu trwania umowy w myśl zasady pacta sunt servanda. Ostateczne jednak ukształtowanie umowy w opisany wyżej sposób pozbawiło konsumentów nawet najbardziej elementarnego prawa do wypowiedzenia umowy w sytuacji dokonywania przez silniejszą stronę stosunku prawnego jednostronnych zmian odnośnie wyłączenia jednych programów i zastąpienia ich innymi według własnego uznania.

Gdyby uznać przyjęty przez Spółkę model ukształtowania usługi jako prawidłowy, przedmiot umowy o świadczenie usług telewizji kablowej mógłby być w trakcie jej wykonywania dowolnie modyfikowany przez dostawcę usługi, tj. z każdej przyczyny, bez konieczności uprzedniego wskazania w umowie okoliczności uprawniających przedsiębiorcę do wprowadzenia zmian (klauzuli modyfikacyjnej) i bez zachowania wymogów formalnych związanych z wprowadzaniem zmian (poinformowania konsumentów z odpowiednim wyprzedzeniem, umożliwienia im wypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji zmian). Wobec tego przedsiębiorca wskutek podjętych decyzji biznesowych (np. decyzji o nieprzedłużaniu umowy z nadawcą) mógłby świadczyć konsumentom, którzy zawarli umowy w celu odbioru

określonego pakietu kanałów usługi dostarczania kanałów o zupełnie innej tematyce, czy nawet o innym zasięgu (kanały lokalne) lub też o mniejszej popularności czy w egzotycznym języku, konsumenci zaś w dalszym ciągu byłiby związani stosunkiem prawnym. Taki model biznesowy, tj. świadczenie konsumentom usługi telewizji kablowej, w ramach której (...) S.A. gwarantuje jedynie liczbę programów telewizyjnych składającą się na wybrany pakiet usługi, nie określając w umowie zawartości programowej pakietu usługi, natomiast zmiana w zakresie świadczenia konsumentom poszczególnych programów telewizyjnych (w ramach gwarantowanej liczby programów telewizyjnych składającej się na pakiet) nie stanowi zmiany warunków umowy, wypacza istotę umowy o świadczenie usług dostępu do telewizji kablowej, co potwierdzają skargi i reklamacje konsumentów zainteresowanych przede wszystkim odbieraniem określonych kanałów.

Sąd zważył, iż stosowanie kwestionowanego modelu usługi nie tłumaczy nawet okoliczność ewentualnych problemów z nadawcami programów, którzy wycofują się z kontraktów, ponieważ organizacja działalności gospodarczej powódki leży po jego stronie. Powódka nie może zatem przenosić na konsumenta ryzyka prowadzonej działalności, zasłaniając się negatywnym w skutkach postępowaniem nadawców. Z kolei w razie nieuniknionego wyłączenia emitowania programu przez nadawcę, powódka, która dostarcza dany kanał powinna uznać prawo konsumenta do rezygnacji z usług.

Zdaniem Sądu, negatywnie należy trzeba więc ocenić analizowane działanie powódki, która dopuszczając się przedmiotowej praktyki wykorzystywała posiadaną przewagę kontraktową, zniekształcając prawa i obowiązki stron w sposób niezgodny z dobrymi obyczajami.

W kwestii zaś zniekształcania lub możliwości zniekształcania zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta należy odwołać się do modelu i pojęcia przeciętnego konsumenta, którego ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w art. 2 pkt 8 definiuje jako tego, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

W tym kontekście należało zatem wziąć pod uwagę, że modelu przeciętnego konsumenta ustalonego na potrzeby niniejszej sprawy nie będą wyróżniać żadne charakterystyczne cechy, czy przynależność do jakiejś szczególnej grupy konsumentów. Wspomnieć jedynie można, że wobec zakreślonego przedmiotu działalności powódki zainteresowanymi jej produktami byli roztropni, przeciętnie zorientowani konsumenci szukający na rynku usług telewizji kablowej.

Tacy konsumenci czerpią swoją wiedzę w zdecydowanej mierze z przekazu kierowanego przez powódkę w formie rozmów telefonicznych, ulotek reklamowych czy informacji umieszczonych na stronie internetowej powódki. Natomiast jeśli chodzi o formę pisemną oferty - umowę, z uwagi na niedostateczne rozumienie prawa kontraktowego koncentrują się na najważniejszych postanowieniach umowy, a nie szczególnych, częstokroć zawitych zapisach zamieszczonych w Regulaminie. Ma to znaczenie w szczególności w sytuacji, gdy tak jak w niniejszym przypadku między sposobem informowania konsumentów o przedmiocie umowy a sposobem ukształtowania przedmiotu umowy zachodzi niewątpliwy dysonans.

Na podstawie przekazanych przez powódkę nagrań rozmów sprzedażowych Sąd ustalił, że w trakcie rozmowy telefonicznej konsumenci często pytani są o tematykę interesujących ich programów, nie zaś o liczbę kanałów, które chcieliby odbierać. Również strona internetowa powódki stworzona jest w sposób umożliwiający czytelne zapoznanie się z zawartością programową (możliwość podświetlenia kanałów o określonej treści), a poszczególne pakiety tematyczne i pakiety (...) w nazwie pakietu zawierają najczęściej nazwę jednego z kanałów bądź rodziny kanałów, które wchodzi w ich skład (np. pakiet (...)), nie zaś liczbę kanałów.

Również z treści skarg kierowanych przez konsumentów do Prezesa UOKiK wynika, że nie byli oni świadomi faktu, iż mają gwarantowaną tylko liczbę kanałów a nie ich rodzaj. Co więcej wielu podkreśla, że gdyby znali rzeczywistą treść umowy nie zgodziliby się na nią.

<p>(...)</p>	<p>„Tak więc po wyłączeniu wskazanych kanałów koszt abonamentu miesięcznego w wysokości 220,89 PLN nie był adekwatny do oferty programowej na którą zgodziłem się wcześniej podpisując umowę. (...) (...) o zmianie regulaminu umowy winna mnie poinformować, a w szczególności podać uzasadnienie dlaczego wymieniony powyżej pakiet kanałów tematycznych (...) został wyłączony”.</p>
<p>(...)</p>	<p>„Wybierając usługi Waszej firmy, w tym pakiet obejmujący m.in. kanały NG, uwzględniłem JAKOŚĆ a nie ILOŚĆ kanałów. Wprowadzone kanały zamienne zupełnie mnie nie interesują i nie mają żadnej wartości edukacyjnej w przeciwieństwie do kanałów (...). (...) jest marką uznaną na całym świecie i niezwykle wartościową oraz pełniącą bezdyskusyjnie funkcje edukacyjne – czego zdecydowanie nie można powiedzieć o kanałach (...) (??) czy też (...) (??). Nie przedłużając umowy licencyjnej uzyskaliście Państwo wymierną korzyść finansową. Korzyść ta jest tym większa, iż zmianie nie uległy opłaty abonamentowe”.</p>
<p>(...)</p>	<p>„(...) [operator] zaoferował w promocyjnej cenie najwyższy pakiet programowy (...), a następnie bez pisemnego uprzedzenia na koniec grudnia 2014 r. zlikwidował nadawanie programów m.in. (...), (...), (...), uzupełniając o programy bajkowe dla dzieci typu (...), (...), (...), którymi nie jestem zainteresowany ich oglądaniem”.</p>
<p>(...)</p>	<p>„W miejsce usuniętych kanałów zostały dodane kanały niszowe o zupełnie odmiennej tematyce, 3 kanały bajkowe, 1 kanał motoryzacyjny, 1 kanał informacyjny, 1 kanał filmowy, 1 kanał przyrodniczy (...).”</p> <p>„Należy nadmienić, iż użytkownik decydując się na zakup konkretnego pakietu kanałów, podejmuje decyzję w oparciu o zawartość tematyczną danego kanału lub treść oferowaną na konkretnym kanale przez nadawcę kanału. Operator dokonując zmiany polegającej na zastąpieniu kanału np. przyrodniczego kanałem</p>

	<p>bajkowym, narusza w zdecydowany sposób stan, na który zgodziły się obie strony w dniu zawierania umowy.</p> <p>Ponadto należy nadmienić, iż wprowadzana zmiana nie jest wynikiem zakończenia nadawania kanału w danym kraju (niezależnym od operatora), lecz wynika z braku zawarcia stosownej umowy pomiędzy operatorem i nadawcą, co może sugerować, iż dla operatora emisja programu jest nieopłacalna biznesowo”.</p>
<p>(...)</p>	<p>„ Osoby decydując się na zakup usługi telewizji kablowej patrzą na zawartość programową, a nie na ilość kanałów. Idąc tokiem myślenia (...) spółka w każdej chwili mogłaby zamienić wszystkie polskie kanały na np. koreańskie i klient nie mógłby rozwiązać umowy, choć kiedy ją zawierał oferta była zupełnie inna. Poza tym abonenci cały czas są wprowadzani w błąd – na stronie internetowej (...) publikuje loga poszczególnych stacji telewizyjnych wchodzących w skład oferowanych przez siebie pakietów telewizyjnych, a nie - jak twierdzą - liczbę kanałów składających się na dany pakiet. Ponadto podczas rozmów telefonicznych przedstawicielem (...), którzy namawiają klientów na przedłużenie umowy są pytani o konkretne kanały, które abonencie oglądają i otrzymują zapewnienia, że są one w danej ofercie, pakiecie – to samo dzieje się w lokalnych biurach obsługi klienta”.</p>
<p>(...)</p>	<p>„Jedynie na marginesie wskazuję, że ww. zmianę Umowy uważam za niekorzystną ponieważ dotyczyła m.in. usunięcia z oferty istotnego kanału tv, tj. (...) (...) (w zasadzie jedyne, z powodu którego kontynuowałem Umowę) i zastąpienia go kanałem (...). Oba kanały dotyczą całkowicie innej materii, (popularno-naukowa vs. filmowa), jakości i poziomu emitowanych programów, przy czym z mojego subiektywnego punktu widzenia porównanie wypada na niekorzyść kanału nowowprowadzonego do oferty, tj. (...)”.</p> <p>„W mojej ocenie nie można zgodzić się ze stanowiskiem Operatora, jakoby zmianę umowy stanowiło wyłącznie obniżenie liczby programów telewizyjnych, a nie zmiana katalogu oferowanych programów.”</p> <p>(...) S.A. jednostronnie, nie powiadamiając mnie dokonał zmiany oferty programowej, usuwając z oferty najczęściej oglądany przeze mnie kanał i zastępując go innym. Kontynuowanie umowy w jej</p>

zmienionym kształcie jest dla mnie pozbawione celu i uważam, że powinien mieć prawo do jej wypowiedzenia”.

Wobec tego za uzasadnione należy uznać oczekiwanie konsumenta, że świadczone mu usługi będą obejmować zawartość programową, o której konsument został szeroko przez powódkę poinformowany na etapie przed zawarciem umowy. W tej sytuacji wywołany po stronie konsumenta deficyt informacyjny może mieć na podejmowane przez niego decyzje.

Powódka jest w pełni świadoma faktu, że produkt w postaci pakietu na który składa się jedynie gwarantowana LICZBA kanałów a nie KONKRETNA ZAWARTOŚĆ PROGRAMOWA nie byłby przedmiotem szerokiego zainteresowania konsumentów. Z drugiej strony wie, że konsumentom zależy na konkretnej zawartości programowej, dlatego im lepsze programy tym wyższa cena usługi. Posiadając tą wiedzę powódka tak ukształtowała sposób prezentacji swojej oferty oraz wygląd pierwszej strony wzorca umowy, aby skupić uwagę konsumenta na zawartości programowej, a nie na tym, że tak naprawdę przedmiotem usługi jest jedynie liczba kanałów. Warto zwrócić uwagę, że wbrew twierdzeniom powódki, konsument wcale nie jest jednoznacznie poinformowany o kształcie usługi. W rozmowach telefonicznych prowadzonych z konsumentami przedstawiciele powódki nie zwracają uwagi konsumenta na fakt, że przedmiotem usługi jest JEDYNNIE LICZBA kanałów, a nie ich rodzaj.

Ponadto po zawarciu umowy do zniekształcania zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta dochodzi w związku z brakiem pewności odnośnie kształtu stosunku prawnego wiążącego konsumenta. Konsument korzysta bowiem z usługi w innym kształcie niż uzgodniony przy zawieraniu umowy wskutek wprowadzonych przez Spółkę zmian, które z punktu widzenia konsumenta mogły być zmianami niepożądanymi lub nieadekwatnymi do wysokości opłacanego abonamentu. Tym samym konsument może podjąć decyzję o rozwiązaniu umowy w wyniku dokonania przez Spółkę jednostronnych zmian warunków umowy, co mogłoby wiązać się dla konsumenta z koniecznością poniesienia konsekwencji finansowych oraz koniecznością poszukiwania nowego dostawcy usług.

Wobec tego, że opisane działanie Spółki narusza dobre obyczaje, jak też zniekształca zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta, stanowiło to podstawę do uznania ww. bezprawnego działania Spółki za nieuczciwą praktykę rynkową stosownie do treści art. 4 ust. 1 upnpr.

Bezprawne praktyki muszą być wymierzone w zbiorowe interesy konsumentów, czyli odnosić się do obecnych, przyszłych i potencjalnych konsumentów, a więc naruszać prawa nieograniczonej bliżej nieokreślonej liczby konsumentów. Interes, który jest chroniony owym przepisem, to interes prawny rozumiany jako określone potrzeby konsumenta, które zostały uznane przez ustawodawcę za godne ochrony (tak SN w uzasadnieniu uchwały z 13 lipca 2006 r. III SZP 3/06).

Niewątpliwie opisane praktyki naruszały zbiorowe interesy konsumentów, albowiem nakierowane były na nieograniczony krąg konsumentów zawierających z powódką Umowę Abonencką/Aneks do Umowy, przez co godziły w interesy szerokiego kręgu nieprofesjonalnych uczestników rynku będących klientami Przedsiębiorcy.

W tym stanie rzeczy praktyka z pkt I Decyzji naruszająca ustawę o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym stanowi niedozwoloną praktykę z art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik, wobec czego wbrew przekonaniu powódki nie doszło do naruszenia art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik w zw. z art. 4 ust. 1 upnpr.

Przedmiotowa praktyka nie została zaniechana przez (...) S.A., dlatego Prezes UOKIK słusznie wydał w oparciu o art. 26 ust. 1 uokik w zw. z art. 24 ust. 1 uokik w zw. z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2014 r., poz. 945) Decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania.

Jednocześnie Prezes UOKiK skorzystał z możliwości przewidzianej art. 26 ust. 2 uokik, który stanowi, że w decyzji, o której mowa w ust. 1, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. Może również nakazać publikację decyzji w całości lub w części na koszt przedsiębiorcy. Mianowicie Prezes UOKiK w punkcie II w podpunktach od 1 do 7 nałożył na Spółkę środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów oraz obowiązek publikacji Decyzji. Nie ulega bowiem wątpliwości, że nakaz zaniechania stosowanej praktyki wiąże się dla powódki przede wszystkim z koniecznością zaprzestania stosowania zakazanej praktyki, podczas gdy środki usunięcia trwających skutków naruszenia zasadzają się na eliminacji efektów naruszenia wynikających ze świadczenia przez powódkę umowy na innych warunkach niż uzgodnione oraz na wyłączeniu konsekwencji finansowych, tj. obowiązku zwrotu ulgi przyznanej przy zawieraniu umowy, w przypadku wypowiedzenia umowy z powodu braku akceptacji dla wprowadzonych zmian. Sąd zgodził się zatem, iż konieczne jest nie tylko niestosowanie zakwestionowanych warunków umów i aneksowanie wadliwych, ale również usunięcie następstw stwierdzonego naruszenia związanych z działaniami faktycznymi – zmiana programowa.

W ocenie Sądu zastosowane przez Prezesa UOKiK środki są poprawne, niezbędne do usunięcia trwających skutków naruszenia i proporcjonalne do jego wagi, stąd nie wymagają modyfikacji. W szczególności w przypadku środków, które polegają na przekazywaniu konsumentom stosownych informacji za pomocą listu poleconego, zapewniają one efektywność i skuteczność zakomunikowania konsumentowi tychże informacji z uwagi na wysoką „docieralność” listów poleconych, którego to standardu nie spełnia forma listu zwykłego. Te ostatnie listy nie są również traktowane uważnie przez konsumenta, jako że istotność listów często kojarzona jest z ich rangą, wynikającą z konsekwencji ich przesłania. Forma listu poleconego umożliwia zaś weryfikację terminu doręczenia przesyłki do konkretnego konsumenta, co jest też ważne w kontekście ustalenia rozpoczęcia biegu terminów na realizację uprawnień przysługujących konsumentom, o których są informowani. Przyjęcie zatem danego rozwiązania sprzyja precyzyjnemu określeniu terminu na skorzystanie z uprawnień przez konsumenta, tak więc jest zdecydowanie korzystne.

Ustalenie stosowania zakazanej praktyki przez powódkę umożliwiło Prezesowi UOKiK nałożenie kary pieniężnej. W myśl bowiem art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w brzmieniu zastosowanym w związku z art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24.

Zdaniem Sądu Prezes UOKiK podjął trafną decyzję o nałożeniu na powódkę kary pieniężnej. Nie ma przy tym znaczenia, czy powódka dopuściła się naruszeń umyślnie czy nieumyślnie, na profesjonalnych uczestnikach obrotu rynkowego spoczywa bowiem obowiązek dochowania należytej staranności przy ocenie zgodności ich działań z obowiązującymi przepisami prawa.

Sąd zważył, iż jak wynika z treści art. 111 uokik, Prezes UOKiK przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej, o której mowa w art. 106, powinien uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Kara nie może jednak przekroczyć 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, czyli w roku 2014. W ocenie Sądu, wymiar kar ustalony przez Prezesa UOKiK uwzględnia dyrektywy wymiaru kary określone w powołanym przepisie.

Oceniając postępowanie powódki należało mieć na uwadze, że jako profesjonalny uczestnik obrotu gospodarczego nie powinna dopuścić do dysonansu pomiędzy informacją udzielaną konsumentom przed zawarciem umowy a samą treścią umowy oraz pozbawiać konsumentów prawa do wypowiedzenia umowy w przypadku dokonania przez nią jednostronnej dowolnej zmiany warunków umowy są to bowiem działania sprzeczne z zasadą uczciwości kupieckiej i zasadą związania umową.

Co więcej wszystkie ww. działania były wynikiem umyślnego postępowania. Powódka ukształtowała bowiem ofertę w sposób umożliwiający jej po zawarciu umowy z konsumentem swobodne dokonywanie jednostronnych zmian warunków w zakresie zawartości programowej. Równocześnie z wykorzystaniem różnych kanałów powódka prezentowała ofertę usług telewizji kablowej z położeniem nacisku na zawartość programową celem przyciągnięcia szerokiego grona konsumentów a pomijała informację o gwarantowaniu tylko liczby programów. Nie jest przy tym możliwe, aby powódka będąc jednym z kluczowych graczy rynkowych działała przypadkowo, w sposób nieplanowany, bez wiedzy na temat konsekwencji przyjętych działań. Tymczasem od profesjonalnych przedsiębiorców wymaga się szczególnej solidności, uczciwości i prawości, stąd wszelkie odstępstwa i naruszenia słuszych interesów konsumentów zasługują na surowe sankcje, jeśli są wynikiem działań zamierzonych.

Sąd wziął pod uwagę, że praktyka stosowana przez powódkę godziła w zbiorowe interesy konsumentów przede wszystkim na etapie wykonywania kontraktu poprzez zniekształcenie wynikających z przepisów praw i obowiązków stron kontraktu. Przedsiębiorca dążył wszak do uzyskania możliwości dokonywania jednostronnych zmian w zawartych z konsumentami umowach pomimo sprzeczności z obowiązującymi przepisami prawa. Jednocześnie działanie (...) ma charakter rażącego naruszenia prawa i dobrych obyczajów celem osiągnięcia korzyści majątkowych, a jego skutki dotyczą ekonomicznych interesów konsumentów. Tak naprawdę powódka przyznała sobie prawo do oferowania konsumentom dowolnych programów byleby ich liczba zgadzała się z tymi wskazanymi w umowie mówiąc potocznie powódka stara się przekonać Prezesa UOKiK a następnie Sąd, że może zgodnie z prawem oferować konsumentom dowolny produkt np.: samochód byleby jego liczba zgadzała się wskazaną we wzorcu umowy, bez przekazania tej okoliczności konsumentowi w sposób jednoznaczny i nie budzący wątpliwości. Sąd nie zgadza się z takim rozumieniem swobody działalności gospodarczej.

Zakwestionowana praktyka była wymierzona w dużą liczbę konsumentów-abonentów Spółki. Najbardziej dotkliwe skutki praktyki tj. dokonane jednostronne zmiany warunków umowy potencjalnie mogły objąć każdego abonenta.

Jednocześnie zakazana praktyka była długotrwała (od marca 2011 r.), nie wystąpiło jednak uprzednie naruszenie przepisów ustawy.

W kwestii twierdzenia powódki, iż to sposób procedowania pozwanego wpłynął na wydłużenie stosowania praktyki, wskazać trzeba, że nie istniały żadne okoliczności, które uniemożliwiłyby powódce zaniechanie zakazanej praktyki już w toku postępowania administracyjnego.

Okolicznością obciążającą jest znaczny zasięg naruszenia wywołany możliwością zawarcia Umowy Abonenckiej na terenie całego kraju. Bez znaczenia jest przy tym fakt, że zasięg ten wynika z ogólnie przyjętej formy zawierania umów przez przedsiębiorców w branży usług telewizji kablowej.

Kolejną okolicznością obciążającą są znaczne korzyści, jakie Spółka osiągnęła w związku ze stosowaniem stwierdzonej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, co wynika z długotrwałego stosowania praktyki (ponad 4 lata) wobec szerokiego grona abonentów, co pozwala Spółce na czerpanie korzyści w postaci opłat abonamentowych od konsumentów, którzy w przypadku dokonania przez Spółkę jednostronnych zmian programowych - z ich punktu widzenia niekoniecznie pożądanym - mogliby nie zgodzić się na kontynuowanie umowy na warunkach innych niż uzgodnione przy zawieraniu umowy i podjąć decyzję o jej wypowiedzeniu.

Brak było zaś w niniejszej sprawie okoliczności łagodzących. W szczególności okoliczność złożenia przez powódkę zobowiązania w trybie art. 28 uokik nie mógł być automatycznie oceniany jako pozytywny wyraz aktywnej współpracy z organem, ponieważ dane działanie było podejmowane na korzyść powódki.

Mając powyższe na względzie, Sąd zważył, że orzeczona w pkt III Decyzji kara w wysokości 4 810 521 zł za stosowanie praktyki wymienionej w pkt I Decyzji, jest odpowiednia do stopnia, okresu oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów dokonanej przez powódkę.

Podkreślenia wymaga, że w roku poprzedzającym wymierzenie kary (2014 r.) przychód powódki ogółem wyniósł [tajemnica przedsiębiorstwa] zł. Sąd zważył, iż tylko przychód całościowy przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 15 uokik w brzmieniu wynikającym z zastosowania art. 3 ustawy z dnia 10 czerwca 2014 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy – Kodeks postępowania cywilnego stanowi bazę do obliczenia kary, a nie przychód generowany z danego rodzaju, zakresu działalności. Przy czym działalność, której dotyczyła zakwestionowana praktyka jest działalnością telekomunikacyjną, którą prowadzi Spółka, zaś oceniana usługa jest jedną z podstawowych usług świadczonych przez nią. Nie ma zatem podstaw do przyjmowania za podstawę wymiaru kary węższego przychodu niż całościowy, gdyż praktyka nie miała miejsca w ramach działalności ubocznej powódki.

W ocenie Sądu wymierzona kara odnosząca się do przychodu ogółem może być realnie odczuwalna dla przedsiębiorcy, a tym samym spełnić swoją funkcję. Wymierzona kara nie jest zbyt dolegliwa w świetle ogólnego przychodu powódki. Tak więc wymiar przedmiotowej kary nie wpłynie kardynalnie na płynność finansową. Zaznaczenia wymaga także, że kara pieniężna ma pełnić funkcję prewencji szczególnej i ogólnej, a więc być zarówno realną, odczuwalną dolegliwością dla ukaranego podmiotu, będącą reakcją na naruszenie przepisów, ale także wyraźnym ostrzeżeniem na przyszłość. Natomiast nienalożenie na powódkę kary bądź jej zmniejszenie, w ocenie Sądu, stałoby w sprzeczności z celami prewencyjnymi sankcji za niezastosowanie się powoda do obowiązujących wymagań prawa, jak również represyjno-wychowawczymi, zmierzającymi do wymuszenia na ukaranym przestrzegania reguł prawnych w przyszłości.

Mając powyższe na uwadze Sąd uznał, że ustalone w postępowaniu okoliczności niniejszej sprawy w pełni uzasadniają nałożenie na powódkę kary pieniężnej w wysokości ustalonej przez Prezesa UOKiK w zaskarżonej Decyzji, a zatem niezasadny okazał się zarzut naruszenia art. 106 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 111 uokik.

Odnosząc się do zarzutu powódki dotyczącego nie uwzględnienia przez Prezesa UOKiK wniosku powódki o wydanie decyzji zobowiązującej, złożonego w trybie art. 28 uokik, należy przede wszystkim podkreślić, że Prezes UOKiK nie naruszył treści ww. przepisu skoro wydanie decyzji zobowiązującej jest wyłącznie fakultatywne. Pozwany ocenił, że propozycja zobowiązania złożonego przez powódkę nie zapewnia odpowiedniego poziomu ochrony interesów ogółu konsumentów, ponieważ eliminacja praktyki powinna zmierzać nie tylko do wyeliminowania kwestionowanych zachowań na przyszłość, lecz także prowadzić do usunięcia trwających skutków naruszenia. Faktycznie zobowiązania nałożone samodzielnie przez Prezesa Urzędu w trybie art. 26 ust. 2 uokik lepiej, bo bardziej szczegółowo realizują te założenia, składające się na oznaczony cel.

Podniesione przez powódkę zarzuty odnośnie naruszenia przepisów art. 233 kpc w zw. z art. 84 uokik oraz art. 107 § 3 kpa w zw. z art. 83 uokik są niezasadne. W ocenie Sądu zaskarżona Decyzja została wydana w oparciu o materiał dowodowy zgromadzony w aktach postępowania administracyjnego i wskazany w Decyzji a jej uzasadnienie zawiera zarówno okoliczności faktyczne, jak i prawne, na których oparł się pozwany przy jej wydaniu.

Z tych względów Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, nie znajdując podstaw do jego uwzględnienia, oddalił wniesione przez powódkę odwołanie na podstawie art. 479^{31a} § 1 kpc.

O kosztach procesu Sąd orzekł na podstawie art. 98 kpc, zgodnie z którym strona przegrywająca sprawę obowiązana jest zwrócić przeciwnikowi na jego żądanie koszty niezbędne do celowego dochodzenia praw i celowej obrony (koszty procesu). Z uwagi na oddalenie odwołania, powódkę należało uznać za stronę, która przegrała proces i zasądzić od niej na rzecz pozwanego zwrot kosztów procesu.

Stronie pozwanej jako wygrywającej spór, Sąd przyznał więc od powódki zwrot kosztów wynagrodzenia pełnomocnika procesowego w wysokości 1440 zł, ustalonego na podstawie § 14 ust. 2 pkt 3 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 22 października 2015 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych (Dz.U. z 2015 r., poz. 1804).

SSO Anna Maria Kowalik