FILMY, MUZYKA, ROZRYWKA – INTERWENCJE PREZESA UOKIK

* **Usterki uniemożliwiające oglądanie gali na żywo, przedpremierowy odcinek programu z opóźnieniem? W takich sytuacjach ważne, żeby przedsiębiorca szybko reagował na problem i miał dla konsumentów konstruktywne rozwiązania.**
* **Firma musi też rzetelnie informować o warunkach oferty – nie może np. stwarzać wrażenia, że usługa jest bezpłatna, jeśli tak nie jest.**
* **Prezes UOKiK przeprowadził 4 interwencje na rynku usług medialnych. W efekcie przedsiębiorcy usunęli nieprawidłowości, a konsumenci otrzymali rekompensaty.**

**[Warszawa, 3 sierpnia 2021 r.]** Do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów trafiły sygnały dotyczące nieprawidłowości w dostępie do filmów, muzyki czy programów rozrywkowych oferowanych przez FAME MMA, TIDAL, TVN (serwis Player.pl) oraz UPC Polska (UPC NA ŻĄDANIE). Prezes UOKiK Tomasz Chróstny sprawdził, jak przedsiębiorcy poradzili sobie z usuwaniem nieprawidłowości, w szczególności weryfikując, czy konsumenci otrzymali adekwatne rekompensaty. Wszystkie interwencje przyniosły pozytywny skutek dla konsumentów, niektóre spółki już wcześniej same podjęły próby naprawy sytuacji.

- *Jako Urząd stale monitorujemy rynek usług medialnych. Rozumiemy, że każdemu może się zdarzyć błąd – w takich sytuacjach poszkodowanym konsumentom należą się jednak adekwatne do sytuacji rekompensaty. Zwróciliśmy przedsiębiorcom także uwagę na rzetelną informację o ofercie, tu również zidentyfikowaliśmy elementy wymagające poprawy. Warto wskazać, że przedsiębiorcy usunęli nieprawidłowości, dzięki czemu uniknęli formalnych postępowań, mogących zakończyć się karami finansowymi* – mówi Tomasz Chróstny, Prezes UOKiK.

**TVN – przedpremierowy odcinek z opóźnieniem**

Konsumenci, którzy wykupili pakiet zapewniający przedpremierowy dostęp do wybranych programów, seriali czy rozrywki w serwisie Player.pl, mogli być rozczarowani. Zapowiadany na 19 marca br. piąty odcinek programu „Ślub od pierwszego wejrzenia” pojawił się dopiero 4 dni później. Spółka reklamacje rozpatrywała pozytywnie, ale nie zawsze w stopniu adekwatnym do poniesionej szkody. Po interwencji Prezesa UOKiK wszyscy konsumenci, którzy złożyli reklamację dotyczącą nieprawidłowości w udostępnieniu wspomnianego odcinka, dostali zwrot pieniędzy (częściowy – jeśli pakiet był opłacony na dłużej niż miesiąc).

Ponadto po uwagach Prezesa Urzędu TVN będzie zamieszczał w potwierdzeniach zawarcia umowy opis zamówionego pakietu (do tej pory był dostępny tylko na stronie internetowej). Wprowadzi też pewne zmiany w sposobie prezentacji oferty – tak, aby była ona bardziej transparentna dla konsumentów.

**UPC Polska – mylące komunikaty o dostępie do filmów**

Na początku pandemii – 20 marca 2020 r. - konsumenci dostali maila od Prezesa UPC Polska zapewniającego, że *„w tym trudnym czasie, chcemy Was wspierać bardziej niż kiedykolwiek”* i informującego o odkodowaniu 13 kanałów telewizyjnych oraz przygotowaniu specjalnej kolekcji filmów w bibliotece UPC NA ŻĄDANIE. Tego samego dnia konsumenci otrzymali też SMS-a, który brzmiał tak: „*Zamień swój salon w salę kinową. Wciśnij na pilocie VOD. BOŻE CIAŁO, czy SALA SAMOBÓJCÓW. HEJTER? Zamów jeden z gorących hitów. Domyślny PIN 0000”.* Konsumenci zrozumieli, że korzystanie z tych filmów nie wiąże się z opłatami. O tym, że jest inaczej, dowiedzieli się np. po otrzymaniu rachunku za marzec 2020 r. lub z telefonu pracownika spółki. „*W zeszłym tygodniu zadzwoniła do mnie Pani z UPC z informacją że mam do zapłaty 237 zł za wypożyczone filmy”* – skarżył się jeden z konsumentów.

Gdy tylko spółka zorientowała się, że mail i SMS z 20 marca mogły wprowadzać konsumentów w błąd, podjęła działania, aby usunąć nieprawidłowości i ich skutki. 27 marca UPC rozesłało kolejnego SMS-a zachęcającego do oglądania filmów, w którym była już jasna informacja: *„Polecamy nowości w UPC NA ŻĄDANIE: Na noże, Mayday, Pan T. Wciśnij VOD/ON DEMAND na pilocie. Usługa płatna. Cenę filmu akceptujesz PIN-em (domyślny PIN: 0000)”.* Spółkaprzyznała też różnego rodzaju rekompensaty osobom, które zgłosiły reklamacje. Po interwencji Prezesa UOKiK ich wartość została ujednolicona w zależności od doświadczenia w korzystaniu z biblioteki UPC NA ŻĄDANIE. W efekcie zdecydowana większość konsumentów uzyskała rekompensaty odpowiadające co najmniej wysokości naliczonych opłat za wypożyczone filmy.

**TIDAL – niejasne warunki promocji**

Myląca mogła być także promocja spółki TIDAL z grudnia 2020 r. Hasło reklamowe brzmiało: „4 miesiące muzyki za 4 zł”. Serwis tidal.com, gdzie można było zakupić abonament, umożliwiał wielokrotne skorzystanie z tej oferty na promocyjnych warunkach. Konsumenci – po kilkakrotnym pobraniu z karty 4 zł – otrzymywali np. taki komunikat: „*Twoja subskrypcja została automatycznie odnowiona 18.04.24*”. Na dodatek spółka nie udostępniła im regulaminu promocji, więc nie mieli gdzie sprawdzić jej zasad. Gdy TIDAL zorientował się, że konsumenci wielokrotnie przedłużają subskrypcje, wysłał do nich e-maile z informacją, że było to możliwe tylko raz, wpłacone kwoty na kolejne okresy zostaną zwrócone w ciągu 30 dni, jeden miesiąc dostają za darmo w prezencie, a po przedłużeniu na następne będzie obowiązywać wyższa opłata, np. 59,99 zł miesięcznie.

Po wezwaniu Prezesa UOKiK spółka przyznała konsumentom, którzy wielokrotnie skorzystali z promocji i których subskrypcje zostały anulowane, dodatkowy, bezpłatny dostęp do muzyki przez miesiąc. Oprócz tego TIDAL zmieni komunikację marketingową dotyczącą informowania o zasadach użytkowania serwisu i akcjach promocyjnych (m.in. w zakresie czytelnego oznaczenia warunków subskrypcji i jej ceny obowiązujących po zakończeniu okresu promocyjnego). Ponadto spółka opracuje odrębny regulamin akcji promocyjnych, który ma udostępniać konsumentom.

**FAME MMA – gala nie na żywo**

Konsumenci, którzy w ramach usługi pay-per-view wykupili dostęp do gali FAME MMA 9, skarżyli się, że 6 marca br. nie mogli oglądać części tego wydarzenia na żywo. Powodem były problemy techniczne. Po reklamacjach konsumentów spółka FAME MMA udostępniła im darmowy dostęp do nowej gali Hype Powered by Fame MMA, a także zwróciła uiszczoną opłatę lub dała możliwość bezpłatnego dostępu do gali FAME MMA 10.

Prezes UOKiK w swoim wystąpieniu do spółki zwrócił także uwagę na ewentualne nieprawidłowości związane z reklamacjami. W efekcie spółka zadeklarowała, że rozpatrzy wszystkie - także te, w których brakuje danych umożliwiających identyfikację konsumenta. Takie osoby mogą się skontaktować się ze spółką pod adresem mailowym: [help@famemma.tv](mailto:help@famemma.tv).

**Pomoc dla konsumentów:**

Tel. 801 440 220 lub 22 290 89 16 – infolinia konsumencka  
E-mail: [porady@dlakonsumentow.pl](mailto:porady@dlakonsumentow.pl)  
[Rzecznicy konsumentów](https://uokik.gov.pl/pomoc.php) – w Twoim mieście lub powiecie