



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA UOKiK W POZNANIU

ul. Zielona 8, 61-851 Poznań
Tel. (61) 852-15-17, 852-77-50, Fax (61) 851-86-44
E-mail: poznan@uokik.gov.pl

Poznań, dnia 20 grudnia 2016r.

RPZ-61/1/16/JM

DECYZJA nr RPZ 10/2016

Stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2015r. poz. 184) w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015r. poz. 1634), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko PGT S.A. z siedzibą w Warszawie

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

I. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 tej ustawy, działania PGT S.A. z siedzibą w Warszawie polegające na wprowadzającym w błąd informowaniu o:

- tożsamości Przedsiębiorcy, na rzecz i w imieniu którego osoby reprezentujące Przedsiębiorcę przedstawiają konsumentom ofertę świadczenia usług telekomunikacyjnych, przez twierdzenie, że przedstawiciele ci reprezentują dotychczasowego dostawcę usług telekomunikacyjnych, z którego korzystają konsumenci,
- przedmiocie oferowanej usługi lub rzeczywistym celu rozmowy (wizyty), przez twierdzenia osób reprezentujących Przedsiębiorcę, że dokumenty przedkładane konsumentom stanowią zmianę warunków umów zawartych z dotychczasowym usługodawcą, podczas gdy w rzeczywistości ich podpisanie stanowi zawarcie nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z PGT S.A. i wiąże się ze zmianą usługodawcy,

co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz.U. z 2016r. poz. 3) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

II. na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 tej ustawy, utrudnianie konsumentom przez PGT S.A. z siedzibą w Warszawie odstąpienia od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, przez niewydawanie im egzemplarza, załączników do tej umowy lub potwierdzenia zawarcia umowy, co stanowi nieuczciwą

praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ww. ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i nakazuje się zaniechanie jej stosowania

III. na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **nakłada się** na PGT S.A. z siedzibą w Warszawie:

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 986.506 zł (słownie: dziewięćset osiemdziesiąt sześć tysięcy pięćset sześć zł), płatną do budżetu państwa
2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt II sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 986.506 zł (słownie: dziewięćset osiemdziesiąt sześć tysięcy pięćset sześć zł), płatną do budżetu państwa

IV. na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 83 tej ustawy w zw. z art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz.U. z 2016r. poz. 23 ze zm.) postanawia się obciążyć PGT S.A. z siedzibą w Warszawie kosztami postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie 161,20 zł (słownie: sto sześćdziesiąt jeden 20/100 zł) oraz zobowiązać do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Uzasadnienie

W związku z otrzymanymi skargami konsumentów oraz zawiadomieniami powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatura w Poznaniu (dalej: Prezes Urzędu) wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające, mające na celu wstępne ustalenie, czy działania PGT S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej: Spółka) uzasadniają wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W toku postępowania ustalono, że Spółka świadczy na rzecz konsumentów usługi telekomunikacyjne na terenie całego kraju, zawierając umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w oparciu o różne wzorce umów- w zależności od rodzaju oferowanej usługi i pakietu. Spółka poinformowała, że oferuje abonentom usługi: Prefiks/NDS, SIM, WLR/abonament oraz usługę dodatkową. Spółka zaznaczyła, że początkowo oferowała ww. usługi pod marką: „Polska Grupa Telekomunikacyjna S.A.”, a od stycznia 2015r. usługi te oferuje pod marką: „Telefonia Polska Razem”.

W wyniku analizy zgromadzonego materiału dowodowego, w szczególności licznych skarg konsumentów, postanowieniem z dnia 18 lutego 2016r. Prezes Urzędu wszczął przeciwko Spółce postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w związku z podejrzeniem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na:

I. wprowadzającym w błąd informowaniu o:

- tożsamości Przedsiębiorcy, na rzecz i w imieniu którego osoby reprezentujące Przedsiębiorcę przedstawiają konsumentom ofertę świadczenia usług telekomunikacyjnych, przez twierdzenie, że przedstawiciele ci reprezentują dotychczasowego dostawcę usług telekomunikacyjnych, z którego korzystają konsumenci,

- przedmiocie oferowanej usługi lub rzeczywistym celu rozmowy (wizyty), przez twierdzenia osób reprezentujących Przedsiębiorcę, że dokumenty przedkładane konsumentom stanowią zmianę warunków umów zawartych z dotychczasowym usługodawcą, podczas gdy w rzeczywistości ich podpisanie stanowi zawarcie nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z PGT S.A. i wiąże się ze zmianą usługodawcy,

co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz.U. z 2016r. poz. 3) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów

II. utrudnianiu konsumentom odstąpienia od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, przez niewydawanie im egzemplarza, załączników do tej umowy lub potwierdzenia zawarcia umowy, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ww. ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Spółka nie ustosunkowała się do postawionych zarzutów.

W trakcie postępowania, działając na podstawie art. 73a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, postanowieniem nr RPZ 2/2016 z dnia 29 lutego 2016r. Prezes Urzędu podał do publicznej wiadomości na stronie internetowej www.uokik.gov.pl informację o istnieniu szczególnie uzasadnionego podejrzenia, że Spółka stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, które mogą spowodować znaczne straty lub niekorzystne skutki dla szerokiego kręgu konsumentów. Spółka wniosła zażalenie na ww. postanowienie do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

W ramach prowadzonego postępowania Prezes Urzędu przygotował ankiety dla konsumentów, w których zamieścił pytania dotyczące zachowania przedstawicieli Spółki podczas rozmów telefonicznych poprzedzających zawarcie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz wizyt w miejscu zamieszkania konsumentów, w czasie których dochodzi do zawarcia ww. umów. Ankiety zostały przesłane do miejskich i powiatowych rzeczników konsumentów oraz oddziałów Federacji Konsumentów w całym kraju, z prośbą o ich przekazanie konsumentom korzystającym z ich pomocy. Wypełnienie ankiet było dobrowolne, konsumenci nie byli zobowiązani do ich uzupełnienia i przekazania Prezesowi Urzędu. Łącznie Prezes Urzędu otrzymał ... ankiety uzupełnione w całości lub częściowo (w niektórych ankietach nie udzielono odpowiedzi na wszystkie pytania).

Zgodnie z art. 73 ust. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zaliczeniu w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu:

1. postanowieniem z dnia 18 lutego 2016r.
 - materiałów postępowania wyjaśniającego o sygn. akt RPZ-403/48/15/MM poprzedzającego niniejsze postępowanie, z wyłączeniem pisma o sygn. RPZ-403/48/15/MM/32
 - skarg i zawiadomień konsumentów oraz powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów, zarejestrowanych pod sygn. RPZ-690[usunięto]
2. postanowieniem z dnia 9 września 2016r.:
 - skarg konsumentów oraz pism i zawiadomień powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów wraz z załączoną do nich korespondencją, zarejestrowanych pod sygn. RPZ-690[usunięto]
 - nagrań rozmów telefonicznych przeprowadzonych z konsumentami przez konsultantów działających w imieniu Spółki, poprzedzających zawarcie umów

o świadczenie usług telekomunikacyjnych, pozyskanych w postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów o sygn. akt [usunięto] prowadzonym przeciwko [usunięto] od [usunięto] (tj. Przedsiębiorcy współpracującego z partnerem Spółki- [usunięto] w zakresie m.in. obsługi systemu call center), zamieszczone na płytach DVD o nazwach: eb01, eb02 i eb03

3. postanowieniem z dnia 2 listopada 2016r.:

- materiałów postępowania wyjaśniającego o sygn. akt RPZ-403/48/15/MM stanowiących karty akt od nr: 1693 do 1730, zgromadzonych po wydaniu przez Prezesa Urzędu postanowienia o zaliczeniu w poczet dowodów z dnia 18 lutego 2016r.

Prezes Urzędu doręczył ponadto Spółce postanowienie z dnia 4 listopada 2016r. o oddaleniu jej wniosków dowodowych o przesłuchanie w charakterze świadków łącznie 242 konsumentów, z którymi Spółka zawarła umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Mając na uwadze obowiązek należytego i wyczerpującego informowania strony o okolicznościach sprawy wyrażony w art. 9 Kodeksu postępowania administracyjnego, pismem z dnia 9 listopada 2016r. Prezes Urzędu przedstawił Spółce szczegółowe uzasadnienie zarzutów, wyznaczając termin 14 dni na przedstawienie ewentualnego stanowiska co do poczynionych ustaleń faktycznych i ich oceny prawnej. W odpowiedzi, pismem z dnia 29 listopada 2016r. Spółka oświadczyła, że *zawarte w szczegółowym uzasadnieniu zarzutów pouczenie o uprawnieniu strony do zajęcia stanowiska w sprawie Spółka poczytuje jako próbę zapoznania się z ewentualnymi zarzutami, jakie Spółka może podnieść w odwołaniu od decyzji nakładającej karę pieniężną. Spółka uznała, że nie sposób bowiem nie odnieść wrażenia, iż przedmiotowe pismo stanowi de facto uzasadnienie decyzji, która zostanie wydana i na mocy której na Spółkę zostanie założona kara w związku z zarzucanymi Spółce praktykami naruszającymi zbiorowe interesy konsumentów. Oczekując od Spółki odniesienia się do treści szczegółowego uzasadnienia zarzutów, organ narusza podstawową zasadę zaufania do organów Państwa wyrażoną w art. 8 KPA, dochodzi bowiem do swoistego ograniczenia prawa do obrony.* W ww. piśmie Spółka wniosła ponownie o przesłuchanie w charakterze świadków osób objętych jej wcześniejszym wnioskiem dowodowym, który Prezes Urzędu oddalił postanowieniem z dnia 4 listopada 2016r. Spółka wniosła ponadto o przesłuchanie w charakterze świadka [usunięto].

Postanowieniem z dnia 7 grudnia 2016r. Prezes Urzędu oddalił wniosek dowodowy Spółki dotyczący przesłuchania ww. osoby, przesyłając Spółce ww. postanowienie.

W dniu 24 listopada 2016r. pełnomocnik Spółki i prokurent zapoznali się z aktami sprawy.

Pismem z dnia 7 grudnia 2016r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz możliwości zapoznania się z nim i złożenia dodatkowych wyjaśnień. Spółka nie skorzystała z tego uprawnienia.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Spółka pod firmą: PGT Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie (dalej: Spółka) została wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS pod numerem 0000519174 w dniu 7 sierpnia 2014r. (dowód: odpis z rejestru KRS- k. 2391-2396 akt).

W ramach prowadzonej działalności gospodarczej Spółka świadczy na rzecz konsumentów usługi telekomunikacyjne na obszarze całego kraju. Spółka oferuje abonentom usługi: Prefiks/NDS, SIM, WLR/abonament oraz usługę dodatkową. Początkowo Spółka oferowała ww. usługi pod marką: „Polska Grupa Telekomunikacyjna S.A.”. Od stycznia 2015r. Spółka oferuje usługi pod marką: „Telefonia Polska Razem”. Spółka zawiera

z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w oparciu o różne wzorce umów- w zależności od rodzaju oferowanej usługi i pakietu. Załącznikami do umowy są: regulamin i cennik dla danej usługi, pouczenie o prawie odstąpienia od umowy oraz tzw. przekazanie numeru tymczasowego (*dowód: pisma Spółki z dnia: 17 sierpnia i 21 września 2015r.- k. 99- 102 i 298- 300 akt postępowania wyjaśniającego*).

Proces sprzedaży usług Spółka prowadzi w głównej mierze za pośrednictwem podmiotów zewnętrznych, z którymi nie jest związana kapitałowa ani osobowo. Spółka powierza podmiotom zewnętrznym sprzedaż oferowanych usług poprzez akcje telemarketingowe oraz zawieranie w jej imieniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych z konsumentami (*dowód: pisma Spółki z dnia: 17 sierpnia, 21 września i 26 października 2015r.- k. 99- 102, 298- 300 i 1003-1004 akt postępowania wyjaśniającego*).

Aktualnie Spółka współpracuje z [usunięto], na podstawie umowy partnerstwa handlowego zawartej w dniu 14 listopada 2014r. W procesie oferowania swoich usług Spółka współpracowała także z: [usunięto]- na podstawie umowy partnerstwa handlowego zawartej w dniu 27 lipca 2014r., [usunięto]- na podstawie umowy partnerstwa handlowego zawartej w dniu 29 września 2014r. oraz [usunięto]- na podstawie umowy partnerstwa handlowego zawartej w dniu 15 marca 2015r. Z przekazanych przez Spółkę informacji wynika, że współpracę z [usunięto] zakończyła z dniem 30 września 2015r., z [usunięto]- z dniem 31 maja 2015r., a z [usunięto]- z dniem 29 lutego 2016r. Zawarte przez Spółkę z wymienionymi podmiotami umowy partnerstwa handlowego w tożsamy lub podobny sposób regulują prawa i obowiązki stron w zakresie świadczenia usług na rzecz konsumentów (*dowód: pisma Spółki z dnia: 21 września i 26 października 2015r.- k. 298- 300 i 1003-1004 akt postępowania wyjaśniającego oraz 1 marca i 22 września 2016r.- k. 1696 i 2121- 2122 akt postępowania administracyjnego; umowy partnerstwa handlowego zawarte przez Spółkę z: [usunięto]- k. 301- 305 akt postępowania wyjaśniającego, [usunięto]- k. 306- 311 akt postępowania wyjaśniającego, [usunięto]- k. 1697- 1710 akt postępowania wyjaśniającego i [usunięto]- k. 2123- 2147 akt postępowania administracyjnego*).

W preambule do umów zawartych z: [usunięto] oraz [usunięto] wskazano, że celem Spółki jest nawiązanie współpracy z partnerem biznesowym posiadającym kompetencje oraz stosowne możliwości pozwalające na sprzedaż jej usług telekomunikacyjnych klientom detalicznym. Zgodnie z § 1 ust. 1 i 2 umów, Spółka powierza partnerowi zawieranie w swoim imieniu i na swój rachunek umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, na zasadach określonych w umowach partnerstwa. Wedle tych zasad partnerzy zostali zobowiązani do wykonywania powierzonych im czynności poprzez akcje telemarketingowe i/lub sprzedawców (tzw. autoryzowanych doradców handlowych) i/lub we własnych punktach sprzedaży (tzw. autoryzowanych punktach sprzedaży), odpowiadającym wymogom Spółki i po ich uprzednim zaakceptowaniu przez Spółkę. Ww. postanowienie przewiduje, że partner może wykonywać umowę powierzając wynikające z niej obowiązki swoim podwykonawcom za uprzednią pisemną zgodą Spółki oraz pod warunkiem ukończenia przez podwykonawcę kursu i uzyskania przez niego autoryzacji Spółki. W umowach zastrzeżono, że inne formy wykonywania przedmiotu umowy wymagają również uprzedniej pisemnej zgody Spółki. Strony zobowiązały się do wypełniania swoich obowiązków z najwyższą starannością i rzetelnością kupiecką (§ 1 ust. 3 umów). W § 2 umów wymieniono poszczególne obowiązki partnera. Oprócz zawierania w imieniu i na rzecz Spółki umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, należą do nich m.in. sprzedaż usług Spółki w ilościach miesięcznie ustalonych przez Spółkę (określanych jako minimalny plan sprzedaży); zatrudnianie odpowiednio wykwalifikowanego i przeszkolonego personelu oraz nadzór nad personelem w zakresie należytego wykonywania obowiązków wynikających z umowy; instruowanie osób zainteresowanych zawarciem umowy o sposobie korzystania z usług Spółki i używania urządzeń niezbędnych do korzystania z tych usług oraz udzielanie im pomocy w tym zakresie w procesie sprzedaży oraz składanie

zainteresowanym osobom ofert promocyjnych Spółki, których przyjęcie następuje poprzez zawarcie umowy ze Spółką (*dowód: § 1 ust. 1, 2 i 3 oraz § 2 ust. 2 umów partnerstwa handlowego zawartych przez Spółkę z: [usunięto]- k. 301- 305 akt postępowania wyjaśniającego, [usunięto]- k. 306- 311 akt postępowania wyjaśniającego i [usunięto]- k. 2123- 2147 akt postępowania administracyjnego*).

W ww. umowach zamieszczono także postanowienia dotyczące odpowiedniego przygotowania partnera do wykonania umowy, nakładając w tym zakresie określone obowiązki zarówno na partnera, jak i na Spółkę. I tak, Spółka zobowiązała się m.in. do przeszkolenia osób zatrudnionych przez partnera i/lub jego podwykonawców, którym partner powierzy wykonywanie usług oraz zapewnienia pomocy w wykonywaniu usług. Spółka zastrzegła sobie także prawo do organizacji dodatkowych, obowiązkowych szkoleń uzupełniających dla partnera i autoryzowanych doradców handlowych, precyzując przy tym, że brak uczestnictwa w tych szkoleniach wiąże się z cofnięciem jej upoważnienia. Partner Spółki lub osoba przez niego wyznaczona do koordynacji sprzedaży i wykonywania usług określonych w umowie zostali z kolei zobowiązani do uczestniczenia w szkoleniu początkowym oraz wszelkich szkoleniach uzupełniających, o ile takie będą wymagane przez Spółkę. Ponadto, w celu zapewnienia odpowiedniego standardu świadczonych usług, osiągnięcia zaplanowanych przychodów i podniesienia kwalifikacji osób wykonujących czynności powierzone partner zobowiązał się do organizowania szkoleń na swój koszt (*dowód: § 3 ust. 1.2 i 1.5, § 11 ust. 2 i 5 i § 2 ust. 2.5 umów partnerstwa handlowego zawartych przez Spółkę z: [usunięto]- k. 301- 305 akt postępowania wyjaśniającego, [usunięto]- k. 306- 311 akt postępowania wyjaśniającego i [usunięto]- k. 2123- 2147 akt postępowania administracyjnego*).

W umowach Spółka przyznała sobie również prawo do okresowego weryfikowania kwalifikacji osób świadczących usługi ze strony partnera pod względem kryteriów dotyczących jakości sprzedaży (np. osób dopuszczających się oszustw, osób których działania doprowadziły do zalegania z płatnościami przez abonentów, osób, których działalność powoduje reklamacje abonentów itp.). W przypadku niespełnienia kryteriów, Spółka może cofnąć tym osobom upoważnienie do wykonywania usług (*dowód: § 11 ust. 4 umów partnerstwa handlowego zawartych przez Spółkę z: [usunięto]- k. 301- 305 akt postępowania wyjaśniającego, [usunięto]- k. 306- 311 akt postępowania wyjaśniającego i [usunięto]- k. 2123- 2147 akt postępowania administracyjnego*).

Partner ma także m.in. obowiązek promowania urządzeń i usług Spółki według zasad i w sposób określony przez Spółkę, przy czym Spółka powinna uprzednio się z nim skonsultować. Partner może prowadzić na własny koszt aktywną działalność promocyjną i reklamową usług Spółki, ale ostateczny projekt materiału reklamowego i założeń takiej działalności muszą być zatwierdzone przez Spółkę przed ich zastosowaniem (*dowód: § 2 ust. 2, § 10 ust. 1, 2 i 3 umów partnerstwa handlowego zawartych przez Spółkę z: [usunięto]- k. 301- 305 akt postępowania wyjaśniającego, [usunięto]- k. 306- 311 akt postępowania wyjaśniającego i [usunięto]- k. 2123- 2147 akt postępowania administracyjnego*).

Umowy regulują ponadto zasady wynagradzania partnerów. Z zastrzeżeniem przewidzianych w nich wyjątków, za wykonanie usług partnerom przysługuje wynagrodzenie *[usunięto]* (*dowód: § 7 umów partnerstwa handlowego zawartych przez Spółkę z: [usunięto]- k. 301- 305 akt postępowania wyjaśniającego, [usunięto]- k. 306- 311 akt postępowania wyjaśniającego i [usunięto]- k. 2123- 2147 akt postępowania administracyjnego*).

Zgodnie z umową, partner pozyskuje abonentów w oparciu o własne bazy danych potencjalnych klientów (*dowód: § 2 ust. 4 umów partnerstwa handlowego zawartych przez Spółkę z: [usunięto]- k. 301- 305 akt postępowania wyjaśniającego, [usunięto]- k. 306- 311 akt postępowania wyjaśniającego i [usunięto]- k. 2123- 2147 akt postępowania administracyjnego*).

W załącznikach do umów partnerstwa uregulowano m.in. kwestie związane z naliczaniem i wypłatą wynagrodzeń na rzecz partnerów, czy minimalnym standardem autoryzowanych punktów sprzedaży. W załączniku nr 2 do umów, tzw. Procedurze

sprzedaży, doprecyzowano obowiązki partnera w zakresie wykonywania umowy, przewidując np. że w celu zmniejszenia ilości rezygnacji, Spółka rekomenduje wprowadzenie przez partnera ponownego telefonicznego kontaktu z abonentem na drugi dzień po pierwszej rozmowie sprzedażowej. W dokumencie tym przewidziano poza tym, że Spółka dopuszcza sprzedaż za pomocą struktur „call center” i „door to door” (*dowód: załączniki do umów partnerstwa handlowego przekazane przez Spółkę w załączeniu do pisma z dnia 8 października 2015r.- k. 374- 430 akt postępowania wyjaśniającego; załącznik nr 2 do umów partnerstwa handlowego (Procedura sprzedaży), przekazany w załączeniu do pisma Spółki z dnia 26 października 2015r.- k. 1187 akt postępowania wyjaśniającego*).

Z wyjaśnień [usunięto]- partnera Spółki wynika, że strony zrezygnowały z wypełnienia załącznika nr 3 i 5 do łączącej je umowy partnerstwa handlowego, tj. określenia trybu zawierania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnej oraz wskazania wykazu dokumentów przedstawianych przez klienta, potrzebnych do zawarcia tej umowy. [usunięto] wskazał, że procedura zawierania umów polega na dostarczeniu klientowi przez przedstawiciela handlowego wszystkich wymaganych dokumentów i podjęciu przez klienta decyzji co do zawarcia umowy, po zapoznaniu się z dokumentacją. Jeśli konsument wyraża zgodę na zawarcie umowy, przedstawiciel instruuje go, w których miejscach powinien złożyć swój podpis. [usunięto] poinformował, że do zawarcia umowy potrzebne jest okazanie przez klienta dowodu osobistego, jednej z trzech ostatnich faktur za usługi telekomunikacyjne wystawionej przez poprzedniego operatora oraz ewentualnie umowy dotyczącej usług telekomunikacyjnych zawartej na czas nieokreślony z poprzednim operatorem. [usunięto] oświadczył także, że zawierane przez niego w imieniu Spółki umowy z konsumentami nie są umowami zawieranymi na odległość. Są to umowy zawierane w formie pisemnej, w obecności jej uprawnionego pracownika. [usunięto] wyjaśnił, że telefonicznie prezentowana jest jedynie oferta Spółki, podczas której klient jest pytany o możliwość dostarczenia umowy do przeanalizowania, natomiast decyzję o zawarciu umowy klient podejmuje samodzielnie, po dostarczeniu i zapoznaniu się z niezbędną dokumentacją dotyczącą umowy. [usunięto] poinformował, że szkolenia zatrudnionych przez niego osób w ramach współpracy ze Spółką odbyły się w drugiej połowie 2014r., czyli bezpośrednio po podpisaniu umowy partnerstwa handlowego. Do ich zakresu należało m.in. omówienie procesu sprzedaży usług, prawidłowe wypełnianie niezbędnych dokumentów, zawieranie umów, ogólne warunki pozyskiwania klientów drogą elektroniczną i „door to door”. [usunięto] zaznaczył, że Spółka ma obowiązek poinformowania go o jakichkolwiek zmianach w tym zakresie, a w razie potrzeby jest zobowiązana do przeprowadzenia kolejnych szkoleń (*dowód: pisma [usunięto] z dnia: 28 października i 17 listopada 2015r.- k. 1328 i 1442 akt postępowania wyjaśniającego; załączniki nr 3 i 5 do umowy partnerstwa handlowego zawartej przez Spółkę z [usunięto]- k. 1368 i 1370 akt postępowania wyjaśniającego*).

Jak ustalono, na podstawie umowy partnerstwa handlowego zawartej przez Spółkę z [usunięto], Spółka powierzyła ww. partnerowi jedynie zawieranie w jej imieniu i na swój rachunek umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Obowiązki Spółki i partnera zostały ograniczone w porównaniu do obowiązków określonych w umowach zawartych przez Spółkę z wymienionymi powyżej partnerami. Poza zawieraniem umów w imieniu i na rzecz Spółki, partner został m.in. zobowiązany do instruowania osób zainteresowanych zawarciem umowy o sposobie korzystania z usług Spółki i używania urządzeń niezbędnych do korzystania z tych usług oraz udzielania im pomocy w tym zakresie w procesie sprzedaży. Obowiązki Spółki przewidziane w tej umowie dotyczyły jedynie zapewnienia partnerowi formularzy niezbędnych do zawarcia umów oraz informowania partnera o zmianach świadczonych przez nią usług. Poza tym, w odróżnieniu od pozostałych umów partnerstwa, ww. umowa nie zawierała postanowień dotyczących szkoleń partnera

i odpowiedniego przygotowania osób, którymi partner mógł posługiwać się w procesie sprzedaży usług Spółki (dowód: umowa partnerstwa handlowego zawarta przez Spółkę z [usunięto] wraz z załącznikami- k. 1697- 1703 akt postępowania wyjaśniającego).

Zawarcie przez Spółkę umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych z konsumentami poprzedza z reguły rozmowa telefoniczna przeprowadzona przez konsultanta (telemarketera), będącego osobą współpracującą z partnerem Spółki (dowód: pisma Spółki z dnia: 17 sierpnia, 21 września i 26 października 2015r.- k. 99- 102, 298- 300 i 1003- 1004 akt postępowania wyjaśniającego; umowy partnerstwa handlowego zawarte przez Spółkę z: [usunięto]- k. 301- 305 akt postępowania wyjaśniającego, [usunięto]- k. 306- 311 akt postępowania wyjaśniającego i [usunięto]- k. 2123- 2147 akt postępowania administracyjnego; załącznik nr 2 do umów partnerstwa handlowego- Procedura sprzedaży, przekazany w załączeniu do pisma Spółki z dnia 26 października 2015r.- k. 1187 akt postępowania wyjaśniającego; pisma [usunięto] z dnia: 28 października i 17 listopada 2015r.- k. 1328 i 1442 akt postępowania wyjaśniającego).

Nawiązując kontakt telefoniczny konsultanci korzystają z danych adresowych konsumentów z całego kraju ujawnionych w książkach telefonicznych. Dane te obejmują: imię i nazwisko konsumenta, numer jego telefonu i miejscowość, w której zamieszkuje i ulicę. Numer budynku lub mieszkania pozyskuje od konsumenta podczas rozmowy konsultant (dowód: zeznania świadków: [usunięto]- k. 1050- 1052 akt postępowania administracyjnego; [usunięto]- k. 1030- 1032 akt postępowania administracyjnego i [usunięto]- k. 1047- 1049 akt postępowania administracyjnego).

Spółka poinformowała, że z uwagi na korzystanie w procesie sprzedaży oferowanych usług z podmiotów zewnętrznych nie dysponuje scenariuszem rozmów telefonicznych oraz nagraniami rozmów sprzedażowych (dowód: pismo Spółki z dnia 17 sierpnia 2015r.- k. 99- 102 akt postępowania wyjaśniającego).

W odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu, partner Spółki- [usunięto] poinformował, że przygotował samodzielnie scenariusz rozmów, z którego korzystają współpracujący z nim konsultanci prezentujący konsumentom podczas rozmów telefonicznych ofertę Spółki. [usunięto] zaznaczył, że ww. scenariusz zmieniał się w zakresie oferty Spółki, ale formularz rozmowy jest taki sam od początku nawiązania współpracy ze Spółką. [usunięto] przedłożył scenariusz rozmów o następującej treści:

Dzień dobry Polska Grupa Telekomunikacyjna Sp. z o.o. (imię i nazwisko) z tej strony czy rozmawiam z właścicielem telefonu Panem/Panią

Rozumiem, że rachunki za telefon przychodzą na Panią zgadza się?

- tak (bardzo mi miło)

- nie (a kiedy mogę zastać właściciela)

Czy wyraża Pani zgodę na przedstawienie oferty PGT i umówienie spotkania z naszym handlowcem dotyczącej telefonu?

- tak- kontynuujemy

- nie- do widzenia.

Dzwonię do Pani z informacją, że w najbliższym terminie w Pani miejscowości będzie handlowiec firmy PGT SA- polskiego operatora telefonicznego. Czy mógłby P/P odwiedzić i przedstawić ofertę nowej umowy abonenckiej?

Dodam, że mamy atrakcyjne abonamenty, handlowiec się z Panią skontaktuje, wówczas poda Pani adres i przedstawi ofertę.

Z mojej strony to już wszystko, proszę oczekiwać na kuriera/przedstawiciela.

Życzę miłego dnia/wieczoru

Do usłyszenia!

(dowód: pismo [usunięto] z dnia 17 listopada 2015r. wraz ze scenariuszem rozmowy telefonicznej z konsumentami- k. 1442- 1443 akt postępowania wyjaśniającego; zeznania świadka [usunięto]- k. 1050- 1052 akt postępowania administracyjnego).

Prezes Urzędu ustalił, że rozmowy konsultantów z konsumentami mają inny przebieg niż wynika to z przedłożonego przez [usunięto] scenariusza rozmów. Na podstawie informacji otrzymanych od konsumentów oraz zapisów rozmów telefonicznych przeprowadzonych przez konsultantów ustalono, że podczas tych rozmów konsumenci nie uzyskują jednoznacznych i jasnych informacji o tożsamości Spółki, czyli dostawcy usług, którego oferta jest prezentowana w trakcie rozmowy. Przede wszystkim, wbrew treści ww. scenariusza, konsultant nie powołuje kilkakrotnie firmy Spółki i nie wskazuje, że jest to dostawca usług w imieniu którego prowadzona jest rozmowa i składana propozycja zawarcia umowy. W rozmowach konsultanci informują, że oferta, o której mowa, dotyczy usług świadczonych przez dotychczasowego dostawcę, a jej przedmiotem jest obniżenie abonamentu.

Na początku rozmowy konsultanci przedstawiają się podając swoje imię, nazwisko i nazwę „Polska Grupa Telekomunikacyjna” albo tylko nazwę „Polska Grupa Telekomunikacyjna”, względnie imię i nazwisko, stwierdzając ogólnie, że dzwonią z „biura obsługi klienta”. W ostatnim przypadku konsultant nie precyzuje o biuro obsługi klienta jakiego przedsiębiorcy chodzi. Dalszy przebieg rozmowy uzależniony jest od reakcji konsumenta. Jeśli np. konsument dopytuje, z jakiego biura obsługi klienta konsultant dzwoni, ale jednocześnie informuje, że korzysta z usług „operatora X”, konsultant w odpowiedzi potwierdza, że dzwoni właśnie z biura obsługi dla klientów tego operatora lub wprost z „X”. Z kolei w razie zapytania przez konsumenta o operatora, którego reprezentuje konsultant, bez jednoczesnego podania jego nazwy, w odpowiedzi konsultant podaje nazwę wybranego przez siebie przedsiębiorcy telekomunikacyjnego, z reguły Orange Polska S.A. Jeżeli konsument zaprzecza, że ma umowę podpisaną z wymienionym przez konsultanta przedsiębiorcą, wskazując, że korzysta z usług innego przedsiębiorcy, konsultant zapewnia, że oferta obniżenia abonamentu dotyczy również klientów tego przedsiębiorcy bądź kończy rozmowę wyjaśniając, że zaszła pomyłka.

Po upewnieniu się, że rozmowa prowadzona jest z właścicielem telefonu, konsultant informuje, że kontaktuje się, ponieważ konsument ma możliwość obniżenia abonamentu za telefon stacjonarny do określonej kwoty od przyszłego miesiąca bądź możliwość pozwalającą na obniżenie abonamentu bez zmiany warunków dotychczasowej umowy. Konsultant często informuje wprost, że „następuje” zmiana wysokości opłaty za abonament telefoniczny, opłata ta zmienia się od następnego miesiąca bądź konsument będzie miał obniżony abonament do wskazanej kwoty od następnego miesiąca. Konsultant zapewnia przy tym niejednokrotnie, że dotychczasowa umowa konsumenta zmieni się tylko w zakresie kwoty abonamentu, która będzie niższa, natomiast w pozostałym zakresie umowa nie zmieni się.

Prezentacja oferty w rozmowie telefonicznej polega na podaniu kwoty miesięcznego abonamentu, jaką konsument może lub będzie płacić od następnego miesiąca, jeśli zdecyduje się na podpisanie umowy (kwota ta jest różna, w zależności od aktualnej oferty Spółki, dostępnych promocji itp.). Konsultant informuje najczęściej, że w cenie abonamentu są darmowe rozmowy bez limitu na wszystkie telefony stacjonarne w Polsce. Jeżeli konsument wyraża zainteresowanie, konsultant umawia wizytę kuriera. Konsultant informuje konsumenta, że osoba ta dostarczy wszelkie niezbędne dokumenty, z którymi będzie mógł się zapoznać, a po ich podpisaniu będzie mógł korzystać z „obniżonego abonamentu za telefon od następnego miesiąca”. W ostatniej części rozmowy konsultant prosi konsumenta o potwierdzenie jego danych potrzebnych do prawidłowego sporządzenia umowy, tj. imienia i nazwiska oraz podanie dokładnego adresu. Imię i nazwisko konsumenta oraz

nazwę miejscowości i ulicy podaje z reguły konsultant, prosząc o potwierdzenie, czy się zgadzają, natomiast numer budynku czy mieszkania podaje zawsze konsument na wyraźną prośbę konsultanta. W przypadku wyrażonych przez konsumenta wątpliwości co do braku znajomości jego dokładnych danych, które są wpisane do dotychczasowej, obowiązującej umowy, konsultant informuje, że podanie danych przez konsumenta jest niezbędne w celu weryfikacji jego osoby lub kończy rozmowę.

Taki przebieg wynika m.in. z transkrypcji nagrań wybranych przykładowo rozmów telefonicznych, przeprowadzonych przez konsultantów prezentujących ofertę Spółki, współpracujących z jej partnerem- **[usunięto]**.

Rozmowy z dnia 22 stycznia 2016r. oznaczone na płycie eb02 2016, 01, 22 jako:

20160122-081146_767513348_[usunięto]_NOWA_4908125-all

Konsultant [k] – Halo, dzień dobry. Polska Grupa Telekomunikacyjna. Dagmara [...] z tej strony. Czy z właścicielem telefonu mam przyjemność rozmawiać?

Rozmówca [r] – Tak, tak.

[k] – Bardzo mi miło. Dzwonię do Pani, ponieważ otrzymała Pani możliwość obniżenia abonamentu do kwoty zaledwie 29 zł brutto. Jest to kwota...

[r] – Zaraz, zaraz. Pani jest z Telekomunikacji?

[k] – Dzwonię z biura obsługi dla klientów Orange, dlatego się do Pani kontaktuję.

[r] – Ale ja jestem w Netii. Umowę mam podpisaną tam chyba, nie wiem jeszcze, na jeszcze półtora roku.

[k] – Dla Pani też się należy. Jest Pani stałą klientką, regularnie Pani opłaca rachunki, od pani podpisanej umowy minął okres 6 miesięcy, dlatego taka obniżka się Pani należy...

[r] – Dobrze

[k]-... do kwoty 29 zł już z VATem i w tym Nielimitowane rozmowy na telefony stacjonarne w całym kraju.

[r] – Tak, to co zrobić? Pójść tam do Was?

[k] – Nie, już Pani mówię. W tej chwili nic przez telefon nie załatwiamy, wszystko Pani otrzyma na piśmie. Sprawdźmy tylko dane teled adresowe. Proszę mi powiedzieć, rachunki otrzymuje Pani Janina [...]?

[r] – Ale Pani ma taki jakiś przerywany. Co to taka dobra telefonია i coś tak panią słabo słyszę. Więc podać Pani swoje zamiary, tak?

[k] – Tak. Rachunki otrzymuje Pani Janina [...]?

[r] – [...], tak jest.

[k] – Zgadza się. Jest to ulica [...]?

[r] – [...].

[k] - Numer domu i mieszkania jaki jest do Pani?

[r] – 11/23

[k] – Zgadza się. I jest to miejscowość Legnica?

[r] – Tak.

[k] – Dobrze, w takim razie Pani Janino. Wszystko mi się zgadza. W ciągu kilku dni roboczych otrzyma to Pani wszystko na piśmie dostarczone poprzez naszego przedstawiciela. Proszę to podpisać w celu aktywacji, dobrze?

[r]- No oczywiście. Dobrze.

[k] – To będzie pakiet aktywujący do podpisu. To w takim razie dziękuję bardzo, życzę miłego dnia, do widzenia.

[r] – Ja również dziękuję, dobrego dnia, do widzenia.

20160122-081430_768506038_[usunięto]_NOWA_4908210-all

Konsultant [k] – Biuro obsługi klienta. Joanna [...] z tej strony. Czy rozmawiam z właścicielem telefonu?

Rozmówca [r] – Tak.

[k] – Bardzo mi miło. Proszę Pani, dzwonię ponieważ od przyszłego miesiąca ma Pani możliwość obniżenia abonamentu na kwotę 29 zł. Jest to kwota brutto z VATem, a do tego wszystkie połączenia będą teraz darmowe na telefony stacjonarne w kraju.

[r] – Czy pani jest z Orange?

[k] – Proszę pani, biuro obsługi klienta dla klientów Orange, jak najbardziej. Dlatego do Pani zadzwoniłam. I będzie Pani miała ten nowy, obniżony abonament już od nowego miesiąca. W tym celu dostanie Pani potwierdzenie na piśmie, żeby Pani miała gwarancję, że te zmiany wejdą w życie. Proszę mi uprzejmie powiedzieć, rachunki przychodzą na Janinę [...], tak?

[r] – Ale ja się muszę zastanowić.

[k] – Dokładnie, to teraz przez telefon jest Pani powiadomiona z biura. Pani Janina [...] tak?

[r] – Aha, dobrze, ale chwileczkę. Jak to? To ja muszę to wziąć?

[k] – Procedura wygląda tak, że my dzwonicmy do każdego klienta, że ma taką możliwość. Natomiast każdy klient otrzyma jeszcze pakiet aktywacyjny przygotowany. Zapoznaje się z nim w celu aktywacji i wtedy podpisuje go dopiero. Tak, że bez podpisu nie ma aktywacji. Proszę mi uprzejmie powiedzieć, rachunki przychodzą z Orange na Janinę [...], tak?

[r] – Tak.

[k] – Dobrze. To jest Legnica, proszę pani, ul. [...] jaki numer?

[r] – Chwileczkę, no to Pani dzwoni z Orange i Pani nie wie moich danych?

[k] – No niestety.

[r] – Ja nie podaję przez telefon danych. Dziękuję bardzo.

20160122-083212_768627669 [usunięto]_NOWA_4908902-all

Konsultant [k] – Dzień dobry.

Rozmówca [r] – Dzień dobry.

[k] – Kłania się biuro obsługi klienta. Joanna [...] z tej strony. Czy rozmawiam z właścicielem telefonu?

[r] - Tak.

[k] – Bardzo mi miło. Pani Leokadia [...]? Zgadza się?

[r] – Tak.

[k] – Dobrze. Pani Leokadio, ja się kontaktuję z Panią, ponieważ od przyszłego miesiąca Pani abonament obniży się do kwoty 29 zł. Jest to kwota brutto z VATem. A do tego miła Pani, otrzymuje Pani wszystkie rozmowy darmowe od operatora na telefony stacjonarne w kraju. Proszę mi powiedzieć, czy Pani jest dalej klientem Orange, czy zmieniła Pani operatora?

[r] – Ja jestem klientem Netii.

[k] – Bardzo dobrze, ponieważ dzwonicmy, i tu klienci nas informują, że już są klientami Orange, dlatego wolałam dopytać dlatego, że dzwonię z biura Netii, proszę Pani, dla klientów Netia. I ja Panią powiadamiam, że przysługuje Pani taki abonament, że Pani będzie miała obniżony jako stały klient Netii. I to wszystko, o czym Pani powiedziała, Pani otrzyma dopiero na piśmie w postaci pakietu aktywacyjnego, z którego będzie Pani mogła skorzystać. Proszę mi powiedzieć, rachunki przychodzą z Netii na Panią Leokadię [...]?

[r] – Tak.

[k] – Legnica, kod pocztowy 59-200?

[r] – Nie rozumiem.

[k] – Kod pocztowy, 59-200 czy 220?

[r] – Tak, tak.

[k] – 200, tak?

[r] – Ale skąd Pani telefonuje?

[k] – Proszę Pani, już się przedstawiłam. Biuro obsługi klienta dla klientów Netii. Dzwonię, ponieważ Pani jest klientem Netii i teraz...

[r] – Rozumiem, ale z jakiej miejscowości?

[k] – Proszę Pani, z Legnicy, z biura obsługi klienta. Ja Panią informuję, że ma Pani taką możliwość.

[r] – Proszę Panią, ja na razie... Tzn. czy ta rozmowa nie jest wiążąca? Przyślijcie wszystko, ja zobaczę o co chodzi.

[k] – Dokładnie. Właśnie tak zrobimy. Proszę mi powiedzieć, to będzie dostarczone na [...], jaki numer?

[r] – 9 m. 4.

[k] – Dobrze, proszę pani, w takim razie w ciągu kilku dni przedstawiciel z Pani biura dla klientów Netii dostarczy Pani pakiet aktywacyjny. Proszę o zapoznanie się i dopiero Pani pisemna zgoda daje możliwość aktywacji. Także do aktywacji jest wymagany Pani podpis. Dziękuję pięknie, do widzenia.

[r] – Do widzenia.

20160122-085715_767222873_[usunięto]_NOWA_4909730-all

Konsultant [k] – Dzień dobry. Z tej strony Polska Grupa Telekomunikacyjna S.A. Czy ja rozmawiam z właścicielem telefonu?

Rozmówca [r] – Tak.

[k] – Bardzo mi miło. Ja kontaktuję się, ponieważ od następnego miesiąca następuje zmiana opłaty za abonament telefoniczny stacjonarny. Kwota abonamentu będzie wynosiła 29,99 zł. To jest już cena brutto z podatkiem VAT. W ramach tego są nielimitowane połączenia na wszystkie telefony stacjonarne w Polsce. Ja jestem zobowiązany, żeby tutaj wszystko właściciel otrzymał na piśmie jak należy, dlatego kontaktuję się w celu weryfikacji danych teleadresowych. Czy ja mam przyjemność z Panem Janem rozmawiać?

[r] – Tak.

[K] – Pan Jan Wiesław [...]?

[r] – Znaczący, ja jestem w Netii.

[k] – Ja kontaktuję się do klientów w Netii proszę Pana. I to jest Legnica ul. [...] tak?

[r] – Tak. 2/5.

[k] – Zgadza się. Kod pocztowy 59-200? Czy jakieś zmiany były?

[r] – Nie, nie, nie było.

[k] – Dobrze, Pani Janie, w ciągu 2-3 dni otrzyma Pan pełną dokumentację w formie papierowej, potwierdzającą obniżkę abonamentu dla Pana, a nasz pracownik będzie kontaktował się w celu dostarczenia tych dokumentów do podpisu. Pani Janie z mojej strony wszystko. Dziękuję bardzo. Proszę czekać na pracownika. Miłego dnia. Do usłyszenia.

[r] – Do widzenia.

20160122-120505_322465781_[usunięto]_NOWA_4871344-all

Konsultant [k] – Dzień dobry. Biuro obsługi klienta. Urszula [...] z tej strony. Czy z Panem Bernardem [...] rozmawiam?

Rozmówca [r] – Tak.

[k] – Miło mi. Dzwonię dzisiaj do Pana, ponieważ od przyszłego miesiąca ma Pan możliwość obniżyć swoje rachunki telefoniczne do kwoty 29 zł.

[r] – Skąd Pani dzwoni?

[k] – To jest biuro obsługi dla abonentów firmy Orange, proszę Pana.

[r] – No, no, bo tu dzwonią takie tam.

[k] – I tak jak mówię, abonament od przyszłego miesiąca może wynosić 29 zł, a w tym wszystkie połączenia na telefony stacjonarne w całym kraju będzie Pan miał bez ograniczeń w ramach abonamentu oczywiście. Nie miał Pan jeszcze tej obniżki, prawda?

[r] – Na stacjonarny, tak?

[k] – Tak, tak. Oczywiście.

[r] – To nie. Na razie nie.

[k] – Więc jeżeli oczywiście życzy Pan sobie, żebym włączyła te tańsze rachunki, jeżeli Pan chce skorzystać z tej usługi, przygotuję Panu dokumenty aktywujące tę usługę i wszystko Pan otrzyma z dokumentami do aktywacji.

[r] – Hm. No jak to jest Orange, to tak. Byleby to nie było coś innego, bo nie będę podpisywał.

[k] – Proszę Pana, ja powiedziałam, że sporządzą dokumenty i będzie Pan miał możliwość z tym wszystkim się zapoznać.

[r] – Hm, dobra, dobra.

[k] – Potwierdzą tylko dane teleadresowe, żeby dokumenty były poprawnie sporządzone. Rachunki przychodzą na Pana, na Pana Bernarda, prawda?

[r] – Tak.

[k] – Proszę poczekać, ja już będę pisać. Pan Bernard [...] i jest Chorzów. A kod pocztowy poproszę uprzejmie.

[r] – 41-506

[k] – 41-506 i ulica [...] to jest do Pana.

[r] – Tak.

[k] – Jeszcze proszę mi potwierdzić numer.

[r] – Telefonu?

[k] – Nie, nie, ulicy [...].

[r] – 19/9.

[k] – Zgadza się wszystko. Proszę Pana, wobec tego tak jak powiedziałam, za chwileczkę przygotuję Panu pakiet aktywujący. W przeciągu kilku dni najbliższych dostarczymy do Pana dokumenty poprzez naszego pracownika. Uprzejmie proszę, żeby Pan zapoznał się z dokumentami. Wymagana jest pisemna zgoda Pana na włączenie tańszych rachunków, żeby Pan już od przyszłego miesiąca mógł płacić tańszy abonament i korzystać z tych nielimitowanych wszystkich połączeń. Dobrze?

[r] – Dobrze.

[k] – Dziękuję Panu za rozmowę, do usłyszenia.

[r] – Dziękuję, do usłyszenia.

Rozmowy z dnia 23 stycznia 2016r. oznaczone na płycie eb02 2016, 01, 23 jako:

20160123-093150_447241251_[usunięto]_NOWA_4811786-all

Konsultant [k] – Dzień dobry.

Rozmówca [r] – Dzień dobry.

[k] – Biuro obsługi klienta. Joanna [...] z tej strony. Czy rozmawiam z właścicielem telefonu?

[r] – Tak, słucham.

[k] – Proszę Pani, od przyszłego miesiąca ma Pani możliwość obniżenia abonamentu na kwotę 29 zł. Jest to kwota brutto z VATem, a do tego wszystkie połączenia będą darmowe na telefony stacjonarne w kraju. Proszę powiedzieć, czy już Pani korzystała z takiej obniżki?

[r] – Nie, proszę Pani, nie korzystałam.

[k] – No to dlatego, proszę Pani, ma Pani możliwość skorzystania...

[r] – A co to jest za firma co do mnie dzwoni?

[k] – Biuro obsługi klienta dla klientów Orange.

[r] – Bo ja do Netii należę, proszę Pani.

[k] – No to dobrze. To jest dla klientów Netii jak najbardziej. Do Pani jeszcze będzie po prostu dostarczone wszystko z biura obsługi klienta dla klientów Netii. Proszę mi powiedzieć, rachunki przychodzą z Netii na Pana Jana [...].

[r] – Nie, proszę Pani. Pani się źle dodzwoniła.

[k] – No a na kogo przychodzą rachunki, proszę Pani?

[r] – [...] Stanisława

[k] – Pani Stanisława [...], dobrze, to się zgadza, proszę Pani. Już tu wprowadzam w system. A to jest Tomaszów Mazowiecki 97-200, tak?

[r] – Tak.

[k] – Ulica?

[r] – [...].

[k] – [...] czy [...]?

[r] – [...].

[k] – [...], dobrze, bardzo ładnie. Ile? 17?

[r] – 11.

[k] – 11, dobrze. Proszę Pani, tu już numeru mieszkania nie ma. To jest dom, tak?

[r] – Tak.

[k] – W takim razie, Pani Stanisławo, ponieważ ta obniżka należy się Pani jako stałemu klientowi Netii, więc przysługuje Pani od przyszłego miesiąca. Tak. Dlatego w tym celu i do aktywacji otrzyma Pani pakiet aktywacyjny, który dostarczy nasz przedstawiciel. Wcześniej zapowie się telefonicznie. Także tylko Pani podpis daje możliwość aktywacji, więc żeby aktywacja nastąpiła, proszę o podpisanie tego pakietu i to wszystko. Dziękuję, do widzenia.

[r] – Do widzenia.

20160123-104629_447246544 [usunięto]_NOWA_4813280-all

Konsultant [k] – Dzień dobry.

Rozmówca [r] – Dzień dobry.

[k] – Biuro obsługi klienta. Joanna [...] z tej strony. Czy rozmawiam z właścicielem telefonu?

[r] – Słucham.

[K] – Proszę Pani, kontaktuje się, ponieważ od przyszłego miesiąca ma Pani możliwość obniżenia abonamentu do kwoty 29 zł. Jest to kwota brutto z VATem, a do tego wszystkie połączenia będą darmowe na telefony stacjonarne w kraju.

[r] – A co to jest za stacja?

[k] – Biuro obsługi klienta dla klientów Orange.

[r] – A Orange. Aha. Ale ja jestem, proszę Panią, na Netii na umowie, jeżeli jeszcze mi się nie skończyła umowa.

[k] – To nie szkodzi, bo to dla Netii też, proszę Pani jest to samo. Ponieważ Netia jest na... Proszę Pani, jak najbardziej ten telefon kiedyś był w Telekomunikacji, ale to wszystko Pani już dostanie z Netii na piśmie, więc proszę się o nic nie martwić, bo przez telefon nic nie załatwiamy. Musi Pani dostać dopiero pakiet aktywacyjny i kiedy Pani wyrazi pisemną zgodę możemy aktywować Pani tę obniżkę. Proszę Pani, ponieważ ma Pani umowę w Netii przysługują Pani teraz darmowe połączenia na telefony stacjonarne za 29 zł. W tym celu proszę mi powiedzieć, rachunki przychodzą z Netii na Panią [...] czy Pana Jana [...]?

[r] – Na Jana.

[k] – No właśnie, no to Pan Jan będzie miał wszystko na piśmie. Czyli Netia i to jest Pan Jan [...], Tomaszów Mazowiecki 97-200, [...] jaki numer?

[r] – 12 .

[k] – 12. To jest domek, tak?

[r] – Tak.

[k] – Dobrze, proszę Pani, w takim razie w ciągu kilku dni nasz przedstawiciel dostarczy Panu Janowi przygotowany pakiet do aktywacji. Wtedy Pan Jan zapoznaje się i proszę w celu aktywacji o podpisanie, bo dopiero podpisane dokumenty dają podstawę do włączenia wszystkich darmowych połączeń na telefony stacjonarne za te jedynie 29 zł dla klientów Netii. Dziękuję bardzo, do widzenia.

[r] – Ale proszę Panią, ja bym wolała, żebym wiedziała dzień wcześniej, że tu ktoś przyjedzie, dlatego że ja muszę....

[k] – Proszę o telefon komórkowy.

[r] – Nie, ja mam tylko telefon stacjonarny.

[k] – Aha. Dobrze, to proszę Pani. Ja tutaj zaznaczę, że prosi o telefon dzień wcześniej. Dziękuję bardzo, do widzenia.

[r] – Do widzenia.

20160123-133209_413727230 [usunięto]_NOWA_4787972-all

Konsultant [k] – Dzień dobry.

Rozmówca [r] – Dzień dobry.

[k] – Z tej strony Polska Grupa Telekomunikacyjna S.A. Czy ja mam przyjemność z właścicielem telefonu rozmawiać?

[r] – Tak, tak.

[k] – Bardzo mi miło. Ja kontaktuje się, ponieważ od następnego miesiąca następuje zmiana opłaty za abonament telefoniczny stacjonarny. Kwota abonamentu będzie wynosiła 29,99 zł. To jest już cena brutto z podatkiem VAT. W ramach tego Nielimitowane połączenia na telefony stacjonarne w Polsce. Ja jestem zobowiązany, żeby tutaj wszystko właściciel otrzymał na piśmie, dlatego też kontaktuje się w celu weryfikacji danych teleadresowych do obniżki. I ja mam przyjemność z Panią Aliną [...] rozmawiać, tak?

[r] – Tak, ale ja, proszę Pana, dopiero umowę zawarłam w Netii, ja mam umowę na dwa lata, także nie będę zrywać.

[k] – Ja kontaktuje się do klientów Netii. Ja nie wiem, czemu... Nie rozumiem, o czym Pani...

[r] – Aaa, to Pan jest z Netii, tak?

[k] – Tak, Pani Alino.

[r] – Przepraszam bardzo, myślałam, że Telekomunikacja.

[k] – Nie, ja kontaktuje się do klientów Netii. Ja mam przyjemność z Panią Aliną [...], Końskie 26-200, [...] 1/38.

[r] – Tak, tak, ja mam właśnie umowę w Netii zawartą.

[k] – Wiem, dlatego się kontaktuję. Chciałem Pani przekazać, że od następnego miesiąca będzie Pani płaciła mniej.

[r] – Aha, aha, rozumiem. Nie mogłam załapać, przepraszam bardzo.

[k] – Nic się nie dzieje. Pani Alino, w przeciągu 2-3 dni otrzyma Pani pełną dokumentację w formie papierowej potwierdzającą obniżkę abonamentu dla Pani, a nasz pracownik będzie kontaktował się w celu dostarczenia tych dokumentów do podpisu.

[r] – Dobrze, dziękuję. Znaczący nadal będę w Netii jak dotychczas?

[k] – Ja kontaktuję się do klientów Netii, dokładnie Pani Alino.

[r] – Dobrze, dobrze.

[k] – Czy ma Pani telefon komórkowy do kontaktu z Panią?

[r] – Nie, komórki to dzieci mają. Ja mam tylko stacjonarny.

[k] – Dobra, to będziemy się kontaktować na stacjonarny. Miłego dnia, do widzenia.

[r] – Dobrze, dobrze. Dziękuję ślicznie.

20160123-120322_447246550_[usunięto]_NOWA_4814783-all

Konsultant [k] – Dzień dobry.

Rozmówca [r] – Dzień dobry.

[k] – Biuro obsługi klienta. Przemysław[...] z tej strony. Mogę rozmawiać z Panem Markiem [...]?

[r] – Słucham.

[k] – Miło Pana słyszeć. Dzwonię do Pana z taką informacją, że od następnego okresu rozliczeniowego będzie Pan miał obniżony rachunek telefoniczny na kwotę 29 zł z VATem i dodatkowo możliwość skorzystania z pakietu Nielimitowanych połączeń na telefony stacjonarne w całej Polsce. Taka obniżka była wprowadzona u Pana w ostatnim czasie?

[r] – Nie.

[k] – I właśnie dlatego do Pana dzwonię. A umowę ma Pan dalej w Orange czy zmienił Pan operatora?

[r] – Proszę Pana, z jakiej firmy Pan dzwoni?

[k] – No Pan ma umowę dalej w Orange? Nie zmienił Pan operatora?

[r] – Jak, jak? Jeszcze raz, jeszcze raz.

[k] – Pan ma umowę dalej w Orange? Nie zmienił Pan operatora, tak?

[r] – Tak, tak. A z jakiej firmy Pan dzwoni?

[k] – Ja dzwonię z biura obsługi klienta dla klientów Orange.

[r] – Aha.

[k] – Proszę Pana, i tak jak mówię, dzwonię żeby oznajmić Panu, że od następnego okresu rozliczeniowego będzie Pan miał obniżony abonament telefoniczny na kwotę 29 zł z VATem.

[r] – Bardzo się cieszę.

[k] – Ja też się cieszę. I dodatkowo możliwość skorzystania z pakietu nielimitowanych połączeń na telefony stacjonarne...

[r] – Mam to już w tym pakiecie.

[k] – Tak, ale ma Pan nielimitowane połączenia?

[r] – Yhm.

[k] – Rozumiem, proszę Pana. A ile Pan płaci miesięcznie za abonament?

[r] – Proszę Pana, jak Pan z Orange dzwoni, to Pan wie. Ma Pan moje nazwisko, ma Pan imię i wie Pan, jaki mam abonament i ile płacę. I co mi Pan tu wciska kity.

[k] – Dobrze, dziękuję, do widzenia.

Rozmowy z dnia 25 stycznia 2016r. oznaczone na płycie eb02 2016, 01, 25 jako:

20160125-083304_768522239_[usunięto]_NOWA_4912668-all

Konsultant [k] – Dzień dobry.

Rozmówca [r] – Dzień dobry.

[k] – Moje nazwisko [...] Katarzyna. Czy ja bym mogła z Panem Andrzejem [...] rozmawiać?

[r] – Pan Andrzej [...] nie żyje już.

[k] – A Pani jest żoną?

[r] – Tak.

[k] – Hm. Czyli rozumiem, że rachunki telefoniczne obecnie przychodzą na Pani imię i nazwisko?

[r] – Tak.

[k] – Proszę Pani, ja dzwonię poinformować, że od następnego miesiąca następuje zmiana kwoty abonamentu na tańszy, który będzie wynosił 29 zł i będą nielimitowane rozmowy. Chodzi o telefon stacjonarny oczywiście. Zrozumiała Pani, to co powiedziałam?

[r] – Zrozumiałam, a skąd Pani dzwoni?

[k] – No od Pani operatora, z biura obsługi klienta.

[r] – To znaczy od kogo?

[k] – Na zlecenie firmy Orange.

[r] – Ja nie należę do Orange. To jest jakaś pomyłka.

[k] – To przepraszam. Do widzenia.

20160125-093924_768525738_[usunięto]_NOWA_4914465-all

Konsultant [k] – Dzień dobry.

Rozmówca [r] – Dzień dobry.

[k] – Biuro obsługi klienta. Przemysław [...] z tej strony. Mogę rozmawiać z Panem Wiktorem [...]?

[r] – Nie, nie ma Pana Wiktora.

[K] – Nie ma. A czy Pani decyduje w sprawach dotyczących telefonu?

[r] – Tak.

[k] – Miło Panią słyszeć. Dzwonię do Pani, żeby oznajmić, że od następnego okresu rozliczeniowego będzie Pani miała obniżony abonament telefoniczny na kwotę 29 zł z VATem i dodatkowo możliwość skorzystania z pakietu nielimitowanych połączeń na telefony stacjonarne w całej Polsce. Taka obniżka była wprowadzana w ostatnim czasie?

[r] – Nie.

[k] – yyy... Rozumiem i właśnie dlatego do Pani dzwonię. A umowę ma Pani dalej w Orange? Nie zmieniała Pani operatora, tak?

[r] – Tak.

[k] – No ja właśnie dzwonię z biura obsługi klienta dla klientów Orange. To w takim razie, żebyśmy mógł włączyć dla Pani tańsze rachunki potwierdzimy dane właściciela. Właścicielem jest Pan Wiktor [...], zgadza się?

[r] – Tak.

[k] – Tak. I to jest ulica [...], ile?

[r] – 3/4.

[k] – To również się zgadza. Miejscowość Legnica. Kod pocztowy?

[r] – 59-220.

[k] – To również się zgadza. Dziękuję, wszystko się zgadza. Proszę mnie uważnie posłuchać. Skoro chce Pani płacić mniej, jest Pani zdecydowana na tą obniżkę to już w ciągu kilku najbliższych dni roboczych otrzyma Pani jako dowód na to, że obniżka faktycznie tyle wynosi, pakiet aktywujący obniżkę do podpisu przywieziony przez pracownika. Wcześniej zadzwoni do Pani nasz dyspozytor. Z mojej strony to już wszystko. Ja Pani dziękuję. Życzę miłego dnia, do usłyszenia.

[r] – Dziękuję, do usłyszenia.

[k] – Dziękuję.

20160125-083922_767218122_[usunięto]_NOWA_4912781-all

Konsultant [k] – Biuro obsługi klienta. Urszula [...] z tej strony. Czy ja mogę prosić o rozmowę Pana Janusza [...].

Rozmówca [r] – A o co chodzi?

[k] – Ja w dniu dzisiejszym dzwonię, ponieważ od przyszedłego miesiąca macie Państwo możliwość obniżyć rachunki telefoniczne do kwoty 29 zł z VATem już i w tym wszystkie połączenia na telefony stacjonarne w całym kraju będą bez ograniczeń. Czy ta obniżka była już przekazywana... yyy... wprowadzana u Pana wcześniej?

[r] – Jak, jak?

[k] – Czy miał Pan już tą obniżkę w ostatnim czasie wprowadzaną?

[r] – Ale Pani skąd dzwoni?

[k] – To jest biuro obsługi dla abonentów firmy Orange, proszę Pana.

[r] – Proszę Panią, ja telefon mam w firmie Vectra.

[k] – Aaa, czyli to jest tutaj sieć Vectry. No nic, to przepraszam w takim razie. Oczywiście nie będziemy nic zmieniać, jeżeli jest to pakiet cały.

[r] – Dlatego jestem zdziwiony, że...

[k] – Wie Pan co, ja mam połączenia komputerowe, być może jest to jakiś błąd w systemie. Także uprzejmie przepraszam Pana za pomyłkę i do widzenia.

[r] – Proszę bardzo.

20160125-121517_767293628_[usunięto]_NOWA_4918502-all

Rozmówca [r] – Halo?

Konsultant [k] – Halo. Dzień dobry.

[r] – Dzień dobry.

[k] – Dzień dobry. Nazywam się Marcin [...] i dzwonię z biura obsługi klienta dla Pani. Czy mam przyjemność rozmawiać z właścicielką tego telefonu?

[r] – Tak.

[k] – Witam serdecznie. Proszę Pani, ja dzwonię w sprawie telefonu stacjonarnego, a konkretnie w sprawie wysokości opłaty abonamentowej, ponieważ od nowego roku mamy taką nową możliwość pozwalającą na obniżenie u Pani tej opłaty bez zmiany warunków Pani dotychczasowej umowy. Czyli tak, zostałaaby u Pani dokładnie taka sama umowa jak jest, z tym, że oczywiście zapłaciłaby Pani niższy abonament bo 29,99 zł brutto. No i oczywiście w tym miałyby Pani jeszcze Nielimitowane rozmowy na telefony stacjonarne na terenie całego kraju. I chciałbym zapytać, czy Pani już może skorzystać z podobnej możliwości obniżki w ciągu ostatnich 6 miesięcy czy jeszcze nie?

[r] – Ale proszę mi powiedzieć, czy dzwoni Pan z Telekomunikacji dla Domu?

[k] – Yyy... Tak oczywiście, ja dzwonię z biura obsługi klienta dla klientów sieci Telekomunikacja dla Domu. <pauza> Generalnie ja nie proponuję Pani zmiany operatora, tak, jeżeli o to chodzi. To oczywiście, jeżeli tutaj jest Pani... obawia się o to, no to oczywiście ja tutaj nie proponuję Pani zmiany operatora. Zostaje Pani tam, gdzie jest, z tym, że oczywiście mam taką możliwość, aby u Pani obniżyć abonament.

[r] – No dobrze, ale Pan dzwoni z Telekomunikacji dla Domu? Bo Pan dzwoni teraz...

[k] – Tak jest. Tak jak mówię, dzwonię z biura obsługi klienta dla klientów sieci Komunikacja dla Domu. Telekomunikacja dla Domu, przepraszam.

[r] – Czemu Pan teraz dzwoni na numer Dialogu a nie na numer Telekomunikacji dla Domu?

[k] – No to znaczy, ten numer telefonu, który ja tutaj mam: [...] on jest na Telekomunikację dla Domu, prawda?

[r] – Nie, to jest numer telefonu Dialogu.

[k] – No to ja już nic nie rozumiem. Przepraszam najmocniej. Ja tutaj mam w systemie, że to jest numer Telekomunikacji dla Domu.

[r] – Ja mam w Telekomunikacji dla Domu inny numer od Was. Bo ja mam dwa telefony stacjonarne.

[k] – Hm, rozumiem. No dobrze, no w takim razie, proszę Pani, no bardzo przepraszam tutaj za pomyłkę, jeżeli o to chodzi. No nie powinno się tak generalnie wydarzyć, że tutaj na zły numer do Pani dzwonic. No faktycznie, to jest trochę dziwne. Nie wiem, dlaczego system nam tak wybrał. Najmocniej Panią przepraszam. Natomiast oczywiście tutaj ta obniżka obowiązywałaby na ten drugi numer, czyli ten numer Telekomunikacji dla Domu.

[r] – Proszę mi jeszcze raz przedstawić tę ofertę. Bo ja mam teraz abonament... Mógłby mi Pan tam jeszcze spojrzeć, jaki tam jest abonament, bo nie pamiętam, bo ja jestem u was dosłownie 3 miesiące.

[k] – Tak jest. To jest w tym momencie 39,90 zł. Ja Pani proponuję 29,99 zł no i w tym miałyby Pani Nielimitowane rozmowy na telefony stacjonarne w Polsce. To jest taka krótka obniżka w sumie. No i generalnie i oczywiście wszystkie warunki umowy, jakie Pani ma w tym momencie, to Pani zachowuje, tak. Czyli łącznie z taryfą. Jeżeli ma Pani na przykład rozmowy na komórki bądź zagranicę, to oczywiście to zostaje tak jak jest.

[r] – A proszę mi powiedzieć, to ten nowy abonament, ile by wynosił? 20 ile?

[k] – 29,99 zł

[r] – I przez jaki okres trwania?

[k] – Przez... do końca trwania Pani obecnej umowy. Czyli na taki okres, jak Pani umowę zawarła, to oczywiście tak zostanie. Niestety okresu umowy ja nie widzę u siebie w systemie, ponieważ ja pracuję w sprzedaży i ze względów bezpieczeństwa niektórych tutaj szczegółów Pani danych osobowych i umowy nie mogę zobaczyć. Mam tutaj tylko infolinię, prawda.

[r] – Dobrze. Gdybym nawet się zdecydowała na tą ofertę, o której Pan mówi, to co muszę zrobić?

[k] – Już Pani mówię. Generalnie procedura wygląda tak, że... w ogóle zacznijmy od tego, że jest to oczywiście aneks do bieżącej umowy. Czyli umowa, która u Pani została zawarta... do niej po prostu jest dołączony aneks, który pozwala na obniżenie takiej opłaty abonamentowej i zwiększenie pakietu minut. Taki aneks przyjdzie do Pani za pośrednictwem naszego pracownika. Zostanie do Pani przywieziony do domu wraz z regulaminem. I teraz tak... pracownik poprosi Panią i ja Panią również poproszę o przeczytanie tego regulaminu, zapoznanie się z nim i jeżeli Pani się z nim zgadza oczywiście no to wtedy o podpisanie tego aneksu i w tym momencie już ta opłata jest obniżona. Czyli tak w dużym skrócie: nasz pracownik przywiezie Pani aneks, a ja bym prosił, żeby go Pani podpisała i już ma Pani tę opłatę obniżoną wtedy. Tak by to wyglądało...

[r] – Czyli 29 zł i to jest brutto? Netto? Jak to jest?

[k] – To jest brutto. Oczywiście to jest kwota już z podatkiem VAT. Już kwota do zapłaty całkowita.

[r] – Aha, czyli praktycznie 10 zł taniej niż mam.

[k] – Tak, tak. Tak jest. To się zgadza. Tak, że ja myślę, że dla Pani to jest sama korzyść, bo jeżeli Pani w tym momencie płaci 10 zł więcej, to dla Pani będzie to obniżka i w zasadzie tyle, prawda. Żadnych konsekwencji z tego tytułu Pani nie ponosi.

[r] – Proszę Pana, czy to jest wiarygodne, co Pan mówi do mnie.

[k] – Oczywiście, natomiast nie musi mi Pani wierzyć oczywiście na słowo, nie wymagam tego od Pani. Proszę Pani, w momencie dostarczenia dokumentów, no radziłbym sobie zerknąć do regulaminu na logo generalnie dostawcy. No i oczywiście pierwszy punktu regulaminu. Ten najważniejszy, gdzie jest napisane między kim zawarta jest umowa bądź aneks, tak. W każdej umowie tak jest generalnie, że pierwszy punkt regulaminu jest to, że np. umowa została zawarta między Panią a firmą czy między kimś a kimś, prawda. I generalnie tam Pani będzie mogła łatwo zweryfikować, czy to jest prawda czy nieprawda czy jeszcze jakoś tam inaczej, prawda. No oczywiście też się u Pani nic nie zmienia, dopóki Pani nie podpisze aneksu, tak? W ogóle nic się nie zmienia, jeżeli Pani w ogóle nie podpisze tego

aneksu. No to oczywiście też się nic nie dzieje, bo żadne konsekwencje Panią nie mogą spotkać w związku z tym, prawda?

[r] – Rozumiem. I tam przy tym abonamencie obniżonym będą miała darmowe minuty do?

[k] – Tak, do... na stacjonarne w całej Polsce. I to będzie Pani miała nielimitowane darmowe rozmowy. Czyli po prostu bez limitu. Cały dzień i całą noc może Pani rozmawiać przez cały rok.

[r] – I to tylko numery stacjonarne?

[k] – Tak. Numery stacjonarne, dokładnie.

[r] – I to jest Telekomunikacja dla Domu, tak?

[k] – Tak. Telekomunikacja dla Domu. Oczywiście.

[r] – No to, wie Pan co, to niech kurier przywiezie ten aneks nowy i...

[k] – Rozumiem. W takim razie ja tylko sobie jeszcze pozwolę potwierdzić Pani dane, czy mi się wszystko zgadza w systemie, dobrze? Pani się nazywa Grażyna [...]? To się zgadza prawda?

[r] – Tak

[k] – Mieszka Pani w [...]?

[r] – Tak.

[k] – Przy ulicy [...]?

[r] – Tak.

[k] – Hm. OK I teraz tak... Czy mógłbym prosić o potwierdzenie Pani numeru domu w celu weryfikacji?

[r] – 2b/5

[k] – Dobrze. Ok. Bardzo dziękuję, tu mi się wszystko zgadza. No i mamy wszystko. Proszę Pani, bardzo Pani dziękuję i tak jak powiedziałem, w ciągu 3-4 dni przyjedzie do Pani nasz pracownik z kompletem dokumentów, w skład których wchodzi regulamin oferty oraz aneks do umowy. Bardzo bym prosił zapoznać się z regulaminem, potem podpisać aneks do umowy i wtedy już będziemy mogli u Pani tą niższą opłatę włączyć.

[r] – Dobrze i żadnych dodatkowych kosztów nie będzie?

[k] – Nie, żadnych dodatkowych kosztów. Oczywiście, że nie. To wszystko się zamyka w abonamencie, który wynosi 29,99 zł brutto, czyli jest to kwota już z podatkiem VAT.

[r] – Dobrze, dziękuję Panu bardzo.

[k] – Bardzo Pani dziękuję. Życzę udanego dnia. Do widzenia.

[r] – Do widzenia.

(dowód: nagrania rozmów przeprowadzonych przez konsultantów z konsumentami w styczniu 2016r., zarejestrowane na płycie DVD eb02: 2016, 01, 22; 2016, 01, 23 i 2016, 01, 25- k. 1844 akt postępowania administracyjnego).

Ww. przebieg rozmów telefonicznych i treść przekazywanych informacji dotyczących tożsamości Spółki potwierdzają otrzymane przez Prezesa Urzędu skargi i pisma, w których m.in. wskazano:

- „Przez telefon przedstawiono się jako firma Netia, pochwalono mnie za rzetelność oraz regularność płacenia do tej pory abonamentu i jako nagrodę zaproponowano obniżenie abonamentu do 29,90 zł. Kilkakrotnie utwierdzano mnie w przekonaniu, że rozmawiam z przedstawicielem firmy Netia” (*dowód: k. 1566- 1567 akt postępowania administracyjnego*)
- „W styczniu 2016r. telefonicznie skontaktowała się z nami przedstawicielka firmy telekomunikacyjnej z propozycją obniżenia rachunku za telefon [...]. Dopiero po naleganiu przez osobę dzwoniącą i złożonym przez nią na nasze pytanie zapewnieniu, iż dzwoni ona z firmy naszego obecnego operatora tj. NOVUM, w ogóle podjęliśmy rozmowę [...]. Zastanowiło nas, iż chciała koniecznie numer peselu abonenta. Tłumaczyliśmy, iż przecież wszystkie te dane są u nich, ale Pani przedstawicielka wyjaśniła żonie, iż owszem posiadają tą informację, ale muszą dokonać weryfikacji” (*dowód: k. 1633- 1635 akt postępowania administracyjnego*)

- „Konsultant przedstawił się jako firma „Orange Polska”, z którym wówczas byłam związana umową o świadczenie usług telefonicznych. Konsultant zaproponował nową ofertę, polegającą na obniżeniu dotychczasowej opłaty abonamentowej przy podpisaniu kolejnej umowy na 12 miesięcy [...]. Przedstawienie się konsultanta pod firmą dotychczasowego operatora wywołało u mnie przekonanie, iż umowa jest zawierana właśnie z tym podmiotem” (*dowód: k. 1779- 1781 akt postępowania administracyjnego*)
- „W ogóle nie było mowy o tym, że kontaktuje się ze mną inny niż Orange podmiot. Nie było również mowy o tym, iż osoba która do mnie dzwoni w sprawie obniżenia abonamentu i skorzystania z promocji (w imieniu podmiotu świadczącego usługi telekomunikacyjne PGT S.A.) nie jest w jakikolwiek sposób związana z dotychczasowym operatorem- Orange. Podczas rozmowy usilnie nakłaniano do podjęcia decyzji o zmniejszeniu kwoty abonamentu, stosując techniki manipulacyjne i zachęcające (promocje) przy jednoczesnym zapewnieniu o pozostaniu na dotychczasowych warunkach umownych z dotychczasowym operatorem- Orange” (można było to zrozumieć jako aneks do umowy) (*dowód: k. 1809- 1811 akt postępowania administracyjnego*)
- „W dniu 14 kwietnia 2016r. zadzwoniła do mnie, jak się później okazało, przedstawicielka PGT S.A. w Warszawie z ofertą świadczonych usług telekomunikacyjnych [...]. Od początku rozmowy wyraźnie kilkakrotnie podkreślałam, iż nie jestem zainteresowana zmianą operatora i upewniłam się, czy jest to oferta Telekomunikacji dla Domu, tj. operatora, z którym mam podpisaną umowę. Osoba ta zapewniała mnie, że rozmawia w imieniu Telekomunikacji dla Domu i otrzymam korzystniejszą ofertę” (*dowód: k. 1719- 1721 akt postępowania administracyjnego*)
- „Około dnia 9.09.2015r. zadzwoniła do mnie konsultantka przedstawiając się za pracownicę Orange, na wstępie oznajmiła, iż jestem długoletnim klientem firmy Orange i ma dla mnie specjalną tańszą oraz korzystniejszą ofertę. Następnie poprosiła mnie o potwierdzenie moich danych osobowych wraz z adresem dostawy na który ma wysłać nową umowę” (*dowód: k. 1834 akt postępowania administracyjnego*)
- „Dzwoniąc do mnie na numer stacjonarny [...] informowano mnie podszywając się przy tym pod firmę Orange Polska że nastąpi aneks do umowy z uwagi na długoletnią współpracę i że zostanie obniżony abonament miesięczny z obecnych 35 zł do 29,99 zł” (*dowód: k. 1727- 1728 akt postępowania administracyjnego*)
- „Zadzwonił przedstawiciel spółki podając się za pracownika mojego dotychczasowego dostawcy usług telekomunikacyjnych z propozycją obniżenia abonamentu. Nie zostałem poinformowany, że umowa wiąże się ze zmianą dotychczasowego operatora, więc się zgodziłem” (*dowód: k. 1741 akt postępowania administracyjnego*)
- „Otrzymałem telefon od osoby, która podała się za pracownika firmy Orange Polska S.A. i poinformowała mnie, że z powodu długotrwałego korzystania z usług oferowanych przez Orange została dla mnie przygotowana specjalna oferta promocyjna dotycząca korzystania z telefonu stacjonarnego. Korzyścią dla mnie miał być niższy niż dotychczasowy abonament i darmowy telefon bezprzewodowy. Osoba przedstawiająca ofertę przekonywała mnie, iż została ona przygotowana specjalnie dla mnie, jako dobrego klienta firmy Orange” (*dowód: k. 1743 akt postępowania administracyjnego*)
- „Konsultant, który proponował mi usługę, kiedy ja zapytałem czy jest z Vectry nie zaprzeczył i nie poinformował mnie, że jest przedstawicielem innej firmy niż Vectra. Byłem przekonany, że przedłużam umowę z Vectrą. Kiedy mówiłem, że umowa,

którą mam jest ważna do końca września 2015, to powiedział, że w trosce o klienta Państwo chcą szybciej wiedzieć czy zostanie w telefonii stacjonarnej (dowód: k. 846 akt postępowania administracyjnego)

- „Przedmiotowa umowa została zawarta na skutek rozmowy telefonicznej z przedstawicielem handlowym PGT S.A. W trakcie tej rozmowy wypowiedzi przedstawiciela handlowego sugerowały i utrzymywały mnie w przekonaniu, że przedstawia ofertę przedłużającą umowę z moim dotychczasowym operatorem telefonicznym, a nie reprezentuje zupełnie odrębne przedsiębiorstwo i przedstawia nową ofertę” (dowód: k. 881- 884 akt postępowania administracyjnego)
- „Konsultantka poinformowała mnie, że kończy się umowa w Orange i trzeba podpisać nową umowę. W zaufaniu do słów konsultantki zgodziłam się, ponieważ jestem zadowolona z usług Orange” (dowód: k. 21 akt postępowania wyjaśniającego)
- „Rozmawiając telefonicznie w sprawie tego przedłużenia umowy z Netią byłam pewna, że rozmawiam z firmą Netia tak też osoba z drugiej strony telefonu się przedstawiła [...]. Pytałam również czy polecenia zapłaty w banku zostaje bez zmian. To również potwierdzono” (dowód: k. 712- 713 akt postępowania wyjaśniającego)
- „Dodatkowo informuję, iż w rozmowie telefonicznej zostałam poinformowana, iż rozmawiam ze swoim dotychczasowym operatorem, na pewno nie było mowy, iż jak podpiszę nową umowę to będzie oznaczało, że zmieniam operatora” (dowód: k. 1632 akt postępowania wyjaśniającego)
- „Przedstawicielka firmy powiedziała, że teraz abonament może być mniejszy, bo dotychczas płacimy za dużo, że będziemy płacić teraz 19,90 zł. Żona powiedziała, że my jesteśmy w Orange, na co przedstawicielka odpowiedziała, że my jesteśmy tą samą firmą” (dowód: k. 135 akt postępowania administracyjnego)
- „Mężczyzna, który do nas zadzwonił powiedział, że jest to ta sama firma, w której jesteśmy obecnie z żoną, że nic nie tracimy, tylko, że firma chce obniżyć abonament, żeby utrzymać klienta” (dowód: k. 374 akt postępowania administracyjnego)
- „Telemarker PGT S.A wprowadził mnie w błąd, podając się za przedstawiciela dotychczasowego dostawcy usług telekomunikacyjnych (Orange). Osoba, która do mnie dzwoniła nie przedstawiła rzetelnie nazwy firmy, za to tak prowadziła rozmowę, że byłam przekonana, że rozmawiam z przedstawicielem firmy, z którą mam już podpisaną umowę na świadczenie usług telekomunikacyjnych (Orange)” (dowód: k. 423 akt postępowania administracyjnego)
- „Jakiś czas temu zadzwoniono do mnie z propozycją przedłużenia umowy i jednocześnie obniżenia rachunków o połowę. Osoba dzwoniąca powiedziała, że dzwoni w imieniu mojego dotychczasowego operatora, czyli VECTRY. Na pewno nie padły inne słowa, nie padła nazwa innej firmy, ta osoba podszyła się pod firmę VECTRA” (dowód: k. 908-909 akt postępowania administracyjnego)
- „Pan dzwoniący podał się za przedstawiciela firmy Orange i powiedział, że ja płacę rachunki regularnie i teraz przysługuje mi zmiana abonamentu na 29 zł miesięcznie” (dowód: k. 916- 917 akt postępowania administracyjnego)
- „Otrzymałem telefon z propozycją obniżenia abonamentu jako stały klient. Ja zapytałem się, czy rozmawiam z przedstawicielem sieci Orange, otrzymałem potwierdzenie, że tak właśnie jest. Byłem święcie przekonany, że rozmawiam z przedstawicielem sieci Orange, w tym utwierdziły mnie słowa, że jestem długoletnim abonentem i dlatego mam propozycję obniżki abonamentu. Nikt nie powiedział, że to jest jakaś inna firma, na pewno nie podano nazwy PGT S.A., nie powiedziano mi, że jest to propozycja zawarcia umowy z nowym operatorem telekomunikacyjnym. [...] w czasie rozmowy telefonicznej zostałem wprowadzony

w błąd, cały czas utrzymywano mnie w przekonaniu, że rozmawiam z przedstawicielem Orange” (*dowód: k. 920- 921 akt postępowania administracyjnego*)

- „Pani dzwoniąca podała, że teraz operator obniża rachunki telefoniczne i teraz przysługuje mi zmiana abonamentu na 29 zł miesięcznie, dodała, że pozostałe warunki pozostają bez zmian. Ja się zgodziłem na obniżenie rachunków.” (*dowód: k. 1187 akt postępowania administracyjnego*)
- „W błąd zostałem wprowadzony przez przedstawiciela firmy Telefonía Polska Razem, który prowadził rozmowę jakby była to tylko aktualizacja danych klienta i zmiana abonamentu na korzystniejszy z moim dotychczasowym operatorem telekomunikacyjnym, tj. Orange” (*dowód: k. 1182- 1184 akt postępowania administracyjnego*)
- „Zadzwonili telefonicznie przedstawiając się jako operator Orange S.A. proponując niższe abonentu z 35 zł m-c na 29,00 zł m-c jako promocja, oferując podpisanie umowy przez kuriera. Jak się okazało, że był to przedstawiciel Telefonía Polska Razem, ale się zorientowałam, że to nie Orange SA po przysłaniu aparatu telefonicznego przez PGT S.A.” (*dowód: k. 1631 akt postępowania administracyjnego*).

Na możliwość wprowadzenia konsumentów w błąd przez konsultantów co do tożsamości Spółki wskazuje także analiza przygotowanych przez Prezesa Urzędu ankiet dla konsumentów, którzy zwrócili się o pomoc do powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów. Na pytanie, czy konsultant poinformował podczas rozmowy telefonicznej, że reprezentuje Spółkę tylko w 4 ankietach konsumenci udzielili odpowiedzi twierdzących, przy 49 odpowiedziach negatywnych (*dowód: ankiety wypełnione przez konsumentów- k. 1417-1449, 1845-1850, 1857-1866, 1868-1877, 1895-1902, 1905-1909, 1915-1917, 1929-1931, 1949-1951, 2069-2071, 2080-2084, 2089-2093, 2103-2105, 2108-2110, 2181-2184, 2186-2190, 2206-2215, 2224-2228, 2256-2261, 2275-2289, 2292-2296, 2301-2305, 2310-2314, 2319- 2327, 2330-2339, 2350-2352, 2372-2376, 2399-2401, 2404-2408, 2424-2428, 2453-2455, 2495-2497, 2510-2512, 2521-2523, 2537-2539, 2602-2604, 2621-2623, 2638-2640, 2651-2653, 2654-2656 i 2688-2690 akt postępowania administracyjnego*).

Rozmowa telefoniczna z konsumentem trwa średnio kilka minut (*dowód: nagrania rozmów telefonicznych przeprowadzonych przez konsultantów z konsumentami zapisane na płytach DVD eb01, eb02 i eb03- k. 1844 akt postępowania administracyjnego; ankiety wypełnione przez konsumentów- k. 1417- 1449, 1845-1850, 1857-1866, 1868-1877, 1895-1902, 1905-1909, 1915-1917, 1929-1931, 1949-1951, 2069-2071, 2080-2084, 2089-2093, 2103-2105, 2108-2110, 2181-2184, 2186-2190, 2206-2215, 2224-2228, 2256-2261, 2275-2289, 2292-2296, 2301-2305, 2310-2314, 2319- 2327, 2330-2339, 2350-2352, 2372-2376, 2399-2401, 2404-2408, 2424-2428, 2453-2455, 2495-2497, 2510-2512, 2521-2523, 2537-2539, 2602-2604, 2621-2623, 2638-2640, 2651-2653, 2654-2656 i 2688-2690 akt postępowania administracyjnego*).

Powyżej wskazano, że zawierając umowy z konsumentami Spółka korzysta w głównej mierze z usług swoich partnerów handlowych. Na podstawie zawartych umów partnerstwa handlowego partnerzy mogą zatrudniać odpowiedni personel do wykonania w imieniu Spółki czynności przewidzianych w tych umowach. Z reguły osoby te wiążą z partnerem umowa zlecenia. Poza konsultantami partnerzy Spółki współpracują z osobami, którzy dostarczają konsumentom dokumenty niezbędne do zawarcia umowy i którzy zawierają w imieniu Spółki umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Osoby te określane są jako kurierzy.

Z informacji uzyskanych od [usunięto] wynika, że przedsiębiorca ten współpracuje z reguły z kilkoma kurierami, którzy po krótkim szkoleniu samodzielnie dostarczają umowy wraz z załącznikami do wskazywanej im codziennie miejscowości, w której zamieszkują wytypowani konsumenci. Do obowiązków kurierów należy m.in. pośrednictwo przy

zawieraniu umów z konsumentami, weryfikowanie tożsamości konsumentów i zgodności ich danych z okazanymi dokumentami oraz zapewnienie, że podpis pod umową jest podpisem konsumenta. Kurierzy działają na podstawie pełnomocnictwa udzielonego im przez [usunięto] do zawierania umów w imieniu Spółki. [usunięto] posiada z kolei pełnomocnictwo od Spółki do udzielania dalszych pełnomocnictw w procesie zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych (*dowód: pisma [usunięto] z dnia: 28 października i 17 listopada 2015r.- k. 1328 i 1442 akt postępowania wyjaśniającego; zeznania świadków: [usunięto] i [usunięto]- k. 1042- 1043 i 1044- 1046 akt postępowania administracyjnego oraz [usunięto]- k. 1050- 1052 akt postępowania administracyjnego*).

Prezes Urzędu ustalił, że rozmowy kurierów z konsumentami w trakcie wizyt, podczas których dochodzi do zawarcia ww. umów mają określony przebieg, który może świadczyć o odpowiednim przygotowaniu kurierów do wizyty.

Jak już zaznaczono powyżej, zawarcie przez Spółkę umowy z konsumentem poprzedza najczęściej rozmowa telefoniczna, w której konsultant informuje konsumenta o dostarczeniu do jego miejsca zamieszkania, po upływie kilku dni, dokumentów niezbędnych do skorzystania z oferty obniżonego abonamentu za telefon stacjonarny. W tym przypadku w dniu wizyty kurier z reguły nawiązuje kontakt telefoniczny z konsumentem, w celu upewnienia się, czy konsument będzie obecny w miejscu zamieszkania o określonej godzinie. Podczas krótkiej rozmowy kurier informuje konsumenta, że przyjedzie w ciągu określonego czasu, przywożąc umowę na „niższy abonament”. Jeżeli podczas tej rozmowy klient nie deklaruje zamiaru podpisania umowy, kurier nie dostarcza dokumentów, zaznaczając na przygotowanych formularzach umów, że klient zrezygnował z umowy. Ustalenia Prezesa Urzędu wskazują, że w trakcie wizyty rola kuriera ogranicza się najczęściej do okazania konsumentowi dokumentów umownych do podpisu i wskazania miejsc, w którym konsument powinien złożyć podpisy. Zdarza się jednak, że kurier prezentuje też w punktach główne cechy oferty Spółki, których dotyczy umowa (np. informuje o wysokości abonamentu, czasie trwania umowy czy otrzymaniu w ciągu określonego czasu aparatu telefonicznego).

Po sprawdzeniu tożsamości konsumenta i zgodności jego danych wpisanych w umowie z okazanymi dokumentami oraz wyrażeniu zgody na podpisanie umowy, kurier wskazuje konsumentowi miejsca, gdzie powinien złożyć podpis. Do zawarcia umowy wymagane jest okazanie przez konsumenta dowodu osobistego, jednej z trzech ostatnich faktur za usługi telekomunikacyjne wystawionej przez dotychczasowego dostawcę usług, ewentualnie zawartej z nim umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na czas nieoznaczony, aby potwierdzić jego tożsamość. Na przedkładanym konsumentowi przez kuriera egzemplarzu umowy na pierwszej stronie widnieją dane konsumenta, w tym jego dokładny adres. Kurier wpisuje do umowy, po sprawdzeniu dowodu osobistego konsumenta, jego numer PESEL oraz z reguły datę zawarcia umowy, tj. datę przyjazdu do konsumenta i nazwę miejscowości, w której zawarto umowę. Po weryfikacji danych konsumenta kurier składa podpis na umowie w imieniu Spółki. W razie wpisania w umowie błędnych danych, dane te po zweryfikowaniu są poprawiane przez kuriera.

Kurierzy przedstawiają się podając, że są kurierami i jedynie rozwożą umowy bądź wskazują, że reprezentują dotychczasowego dostawcę usług konsumenta. Takich informacji udzielają także na pytania konsumentów. Firma dotychczasowego dostawcy usług konsumenta jest wpisana na pierwszej stronie przedkładanej konsumentowi do podpisu umowy (pozycja: dotychczasowy operator), z reguły większą lub wyróżnioną czcionką. Egzemplarze umów do podpisu dostarczane są bez kopert, w plikach dokumentów, dzięki czemu kurier wie, jaki dostawca świadczy usługi na rzecz konkretnego konsumenta. Zdarza się, że kurierzy informują też konsumentów na początku rozmowy, że są kurierami z „PGT”.

W trakcie wizyty kurierzy informują najczęściej, że celem ich wizyty jest jedynie zmiana dotychczasowej umowy konsumenta, polegająca na obniżeniu abonamentu za

telefon stacjonarny. Kurierzy zapewniają przy tym, że w pozostałym zakresie umowa pozostaje bez zmian. W razie wyrażenie przez konsumenta wątpliwości czy ponownego zapytania, kurier zawsze potwierdza, że konsument w dalszym ciągu będzie korzystać z usług swojego dotychczasowego dostawcy, a więc będzie jego klientem, tylko obniżony zostanie jego abonament. Dla uwiarygodnienia przekazanych informacji o działaniu w imieniu dotychczasowego dostawcy usług, kurierzy często wskazują konsumentom jego nazwę wpisaną na pierwszej stronie umowy. Podczas rozmowy kurierzy powołują się także na fakt, że oferta obniżenia abonamentu została przygotowana przez dotychczasowego dostawcę usług specjalnie dla jego stałych klientów, regularnie opłacających rachunki bądź na konieczność przedłużenia umowy z dotychczasowym dostawcą.

Kurierzy nie ujawniają, że występują w imieniu Spółki, a celem wizyty nie jest zmiana obowiązującej konsumenta do tej pory umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w zakresie kwoty abonamentu, ale zawarcie zupełnie nowej umowy ze Spółką. Podczas wizyty kurierzy nie informują też konsumentów o skutkach zawarcia umowy ze Spółką dla umowy zawartej z dotychczasowym dostawcą usług i ewentualnych konsekwencjach finansowych wynikających stąd dla konsumenta.

Zgodnie ze stosowaną procedurą, kurierzy nie mogą zostawić konsumentowi dokumentów umownych do zapoznania się przed podpisaniem umowy. Jeżeli konsument zdecyduje się na skorzystanie z prezentowanej oferty musi złożyć podpis na okazanych dokumentach w obecności kuriera.

W sytuacji, kiedy wizyta kuriera nie jest poprzedzona rozmową telefoniczną z konsultantem, przebieg takich wizyt nie odbiega zasadniczo od wizyt, które były zapowiedziane ww. rozmową. Także przekazywane konsumentom informacje o celu wizyty czy przedmiocie umowy nie różnią się od informacji przekazywanych w trakcie wizyt poprzedzonych rozmową telefoniczną.

(dowód: pisma [usunięto] z dnia: 28 października i 17 listopada 2015r.- k. 1328 i 1442 akt postępowania wyjaśniającego; zeznania świadków: [usunięto] i [usunięto]- k. 1042- 1043 i 1044- 1046 akt postępowania administracyjnego oraz [usunięto]- k. 1050- 1052 akt postępowania administracyjnego).

Ww. ustalenia wynikają również z informacji zawartych w otrzymanych przez Prezesa Urzędu skargach i pismach konsumentów, w których podkreślono m.in.:

- „Do mojego mieszkania w [...] przyszła Pani Patrycja [...] z ofertą zmniejszenia stałej opłaty abonamentowej. Złożona oferta ta miała być nagrodą lojalnościową za długoletnią współpracę z operatorem DIALOG. Na moje zapytanie przedstawicielka Pani Patrycja [...] jednoznacznie stwierdziła, że jest to oferta operatora DIALOG- nadmieniam, że tylko dlatego byłam zainteresowana ofertą, gdyż jestem zadowolona z usług tego operatora” *(dowód: k. 1490- 1491 akt postępowania administracyjnego)*
- „W kwietniu 2015 roku zjawilo się u mnie w domu dwóch panów aby podpisać przedłużenie umowy na mój telefon (tak wtedy myślałam)” *(dowód: k. 1548- 1549 akt postępowania administracyjnego)*
- „W dniu 18.02.2016 br. przybyła młoda kobieta z jeszcze młodszym mężczyzną i przedstawiła się jako kurier, pokazała 4 kartkowy plik kart (A-4), które na pierwszy rzut oka wyglądały jak oferta. Na moje obawy, czy transakcja jest uczciwa zapewniła, że wszystko jest bez zmian, zmianie jedynie ulegnie opłata. Kontynuowała dalej, że otrzymam prezent (telefon) na co ja odrzekłem, że nie potrzebuję nowego telefonu [...]. Zapytałem dlaczego przy obniżce abonamentu jest tyle czynności: telefony, kurierzy itp., ale otrzymałem odpowiedź takie są procedury [...]. Co do kuriera to nie

był to kurier firmy kurierskiej, a po prostu przedstawiciel PGT S.A." (*dowód: k. 1553-1555 akt postępowania administracyjnego*)

- „Kurier który doręczył mi przedmiotową umowę też przekazał błędną informację utrzymując że jest przedstawicielem firmy Orange. Podpisałam umowę pod wpływem błędu wcale nie z firmą Orange a z nieznaną mi Spółką Akcyjną PGT Razem ” (*dowód: k. 1591- 1592 akt postępowania administracyjnego*)
- „Przy podpisaniu umowy na pierwszej stronie był adres Orange SA dużymi literami i to mnie zmyliło. Przy podpisywaniu nie poinformowano mnie o zmianie operatora, a zmiana wiąże się z większymi opłatami- kara umowna za zerwanie umowy z Orange SA” (*dowód: k. 1631 akt postępowania administracyjnego*)
- „Już przed wpuszczeniem go za próg upewniliśmy się- pytając go na wstępie, czy jest z NOVUM S.A. Przedstawiciel potwierdził ten fakt i zapewnił, że chodzi tylko o obniżenie rachunku za telefon, do czego trzeba zawrzeć nową umowę. Na umowie faktycznie była napisana na pierwszej stronie- dużymi literami nazwa NOVUM S.A. [...]. Przedstawiciel utwierdzał nas w przekonaniu, że przecież chodzi tylko o obniżenie rachunku, a operator i numer się nie zmieni. I w takim przekonaniu nas zostawił” (*dowód: k. 1633- 1635 akt postępowania administracyjnego*)
- „Do mojego mieszkania zapukał kurier podający się za przedstawiciela mojego dotychczasowego operatora, który miał mi rzekomo zaproponować nowe lepsze warunki. Wspomniany Pan podsunął mi do podpisania w progu drzwi plik dokumentów, zapewniając, że jest związany z moim operatorem” (*dowód: k. 1659-1661 akt postępowania administracyjnego*)
- „Przyjechał kurier z PGT a mówił że jest z telePolska” (*dowód: k. 1662 akt postępowania administracyjnego*)
- „W dniu 6 kwietnia 2016r. przedstawiciel operatora PGT S.A (o czym nie wiedziałam) podający się za przedstawiciela dotychczasowego operatora oświadczył, iż przywiózł dokumenty, które należy podpisać [...] twierdził, że moje dotychczasowe warunki umowy na usługi telekomunikacyjne nie ulegną żadnej zmianie, a zostaną jedynie zmniejszone o koszty obejmujące opłaty abonamentowe w stosunku miesięcznym [...]. Nie wspomniał o najważniejszym- o zmianie operatora sieci, na którą nie wyraziłabym zgody” (*dowód: k. 1809- 1811 akt postępowania administracyjnego*)
- „Przy użyciu podstępnych zabiegów w postaci kilkukrotnego fałszywego zapewniania przez pracowników tej firmy, że jest to aneks do dotychczasowej umowy którą posiadam z firmą ORANGE POLSKA S.A. AL. JEROZOLIMSKIE 160, 02-326 Warszawa wyłudżono moje podpisy pod pozorem zmiany sposobu rozliczeń przez wprowadzenie w błąd co do faktycznych warunków umowy sprzedaży usług telekomunikacyjnych” (*dowód: k. 1665- 1666 akt postępowania administracyjnego*)
- „Osoba, która przyjechała [...] z umową podawała się za przedstawiciela firmy telekomunikacyjnej NETIA S.A. W trakcie zawierania umowy przedstawiciel PGT S.A. kilkakrotnie potwierdzał, że jest przedstawicielem NETIA S.A. (*dowód: k. 1737-1738 akt postępowania administracyjnego*)
- „W dniu 24.05.2016r. do mojego domu przyjechał Pan [...], który powołał się na ww. rozmowę telefoniczną i poinformował mnie, że jest pracownikiem firmy Orange Polska S.A., który przyjechał w celu zrealizowania wcześniejszych telefonicznych ustaleń, tj. podpisania umowy. W trakcie rozmowy ww. Pan utrzymywał, że podpisanie ww. umowy jest to jedynie zmiana warunków umowy zawartej przeze

mnie wcześniej z Orange i że jest ono konieczne abym mógł korzystać z usług dotychczasowego operatora w promocyjnej cenie" (dowód: k. 1743-1744 akt postępowania administracyjnego)

- „Przedstawiciel firmy PGT, który do mnie przyszedł twierdził, że umowa będzie dotyczyła obniżenia abonamentu istniejącej umowy telekomunikacyjnej, która była zawarta z firmą Orange, a nie skutkowałą nową umową z innym operatorem. Zostałam przez niego wprowadzona w błąd" (dowód: k. 886 akt postępowania administracyjnego)
- „18.05.2015 odwiedził mnie pracownik firmy PGT i podając się za przedstawiciela firmy Orange zaproponował mi korzystne warunki (obniżenie abonamentu). Nieświadoma faktu, że wiąże się z inną konkurencyjną firmą podpisałam podstawione dokumenty (umowę). Uważam, że zostałam oszukana, gdyż człowiek ten zataił przede mną, iż reprezentuje inną firmę jak również nie pozwolił mi zapoznać się z umową tłumacząc to brakiem czasu, wg mnie są to celowe działania polegające na wprowadzeniu mnie w błąd" (dowód: k. 54 akt postępowania wyjaśniającego)
- „Konsultant, który pojawił się w moim domu nie był do końca zorientowany w sytuacji mówiąc, że nie wie o co chodzi oraz że trzeba podpisać umowę" (dowód: k. 620- 621 akt postępowania wyjaśniającego)
- „W dniu 01.12.2015r. do mojego domu przyszedł mężczyzna w średnim wieku. Powiedział, że ma do podpisania dokumenty, które się wiążą z firmą Orange, bo Orange będzie zmieniał stawkę dla stałych abonentów. Ponieważ ja mam z Orange dobre doświadczenia podpisałam dokument myśląc, że podpisuję dokument z Orange. W takim przekonaniu też utwierdził mnie ten mężczyzna [...]. Pan tylko kazał podpisać dokument z Orange" (dowód: k. 1651 akt postępowania wyjaśniającego)
- „Na umowie, którą otrzymałam widnieje data 10.11.2015r., ale ja pamiętam kiedy przyszedł do mnie kurier, który mnie oszukał. Powiedział, że jest z Orange, że teraz będą obniżki abonamentu, muszę tylko podpisać umowę. Ja spojrzałam na umowę, gdzie dużymi literami jest napisane ORANGE POLSKA S.A. AL. JEROZOLIMSKIE 160, 02-326 WARSZAWA" (dowód: k. 1665 akt postępowania wyjaśniającego)
- „A ja jestem osoba ostrożną. Kilka razy pytałam tego kuriera, czy na pewno jest z Netia, zapewniał, że tak i że przywiózł brakujące dokumenty" (dowód: k. 298- 299 akt postępowania administracyjnego)
- „Kiedy zjawiała się u mnie w domu osoba z umową, zapytałam wprost czy jest od mojego dotychczasowego operatora z firmy Dialog, na co uzyskałam kilkakrotnie zapewnienie, że osoba ta reprezentuje właśnie Dialog i że muszę przedłużyć umowę" (dowód: k. 337- 338 akt postępowania administracyjnego)
- „Z początkiem września przyjechał do mnie pan który powiedział że jest z ORANGE w celu przedłużenia umowy na telefon dał mi jedną kartkę do podpisu pisało tam ORANGE" (dowód: k. 559 akt postępowania administracyjnego)
- „Kurier, który przywiózł umowę również twierdził, że umowa jest z Orangem i zasłaniał nagłówek umowy którą podpisywałam" (dowód: k. 778 akt postępowania administracyjnego)
- „Przyjechał przedstawiciel firmy, na pewno nie był to kurier. Podał się za pracownika firmy, na pytanie, czy na pewno jest z firmy Orange, pokazał mi palcem na pierwszej

stronie umowy dane wypisane dużymi drukowanymi literami: ORANGE POLSKA S.A., AL. JEROZOLIMSKIE 160, 02-326 WARSZAWA. Zapewnił mnie, że jest pracownikiem właśnie firmy Orange" (*dowód: k. 919 akt postępowania administracyjnego*)

- „Zwracam się z prośbą o unieważnienie mojej umowy z PGT S.A., którą podpisałam, ponieważ zostałam oszukana w moim domu w styczniu 2016r. Przedstawiciel spółki twierdził, że to nowa promocja w ramach mojej umowy z Novum S.A. i że muszę podpisać dokumenty z tym związane" (*dowód: k. 1207 akt postępowania administracyjnego*)
- „Daty dokładnie nie pamiętam, ale było to około trzech lub czterech miesięcy wstecz do miejsca, gdzie mieszkam przyszedł mężczyzna. Mężczyzna ten proponował mi umowę odnośnie usług telefonicznych. Jak się go pytałam, czy jest z Dialogu to potwierdził, że jest" (*dowód: k. 1707 akt postępowania administracyjnego*).

Dokonane ustalenia wskazują dodatkowo, że tylko 2 konsumentów, którzy wypełnili przygotowaną przez Prezesa Urzędu ankietę potwierdziło, że zostali poinformowani przez kuriera, iż podpisywana przez nich umowa będzie umową zawartą ze Spółką (w 51 przypadkach konsumenci odpowiedzieli negatywnie na zadane w tej kwestii pytanie). Ponadto, tylko w 5 ankietach konsumenci odpowiedzieli twierdząco na pytanie, czy podczas wizyty przedstawiciel Spółki poinformował ich o tym, że reprezentuje Spółkę (w 44 ankietach konsumenci udzielili odpowiedzi negatywnych na ww. pytanie). Jedynie w 3 ankietach konsumenci wskazali poza tym, że zostali poinformowani o tym, że podpisanie okazanych dokumentów spowoduje rozwiązanie umowy z dotychczasowym dostawcą usług i zastąpienie jego usług usługami świadczonymi przez Spółkę (w 49 ankietach udzielono odpowiedzi negatywnych na to pytanie). W żadnej ankiecie nie odpowiadano twierdząco na pytanie, że przedstawiciel Spółki poinformował konsumenta o konsekwencjach związanych z rozwiązaniem dotychczasowej umowy (*dowód: ankiety wypełnione przez konsumentów- k. 1417- 1449, 1845-1850, 1857-1866, 1868-1877, 1895-1902, 1905-1909, 1915-1917, 1929-1931, 1949-1951, 2069-2071, 2080-2084, 2089-2093, 2103-2105, 2108-2110, 2181-2184, 2186-2190, 2206-2215, 2224-2228, 2256-2261, 2275-2289, 2292-2296, 2301-2305, 2310-2314, 2319- 2327, 2330-2339, 2350-2352, 2372-2376, 2399-2401, 2404-2408, 2424-2428, 2453-2455, 2495-2497, 2510-2512, 2521-2523, 2537-2539, 2602-2604, 2621-2623, 2638-2640, 2651-2653, 2654-2656 i 2688-2690 akt postępowania administracyjnego*).

W zależności od tego, jakie czynności wykonuje kurier w trakcie wizyty w miejscu zamieszkania konsumenta, tj. tego, czy prezentuje ofertę, czy tylko przekazuje dokumenty do podpisu, wizyta kuriera trwa średnio od kilku do kilkunastu minut (*dowód: zeznanie świadka [usunięto]- k. 1042- 1046 akt postępowania administracyjnego; ankiety wypełnione przez konsumentów- k. 1417- 1449, 1845-1850, 1857-1866, 1868-1877, 1895-1902, 1905-1909, 1915-1917, 1929-1931, 1949-1951, 2069-2071, 2080-2084, 2089-2093, 2103-2105, 2108-2110, 2181-2184, 2186-2190, 2206-2215, 2224-2228, 2256-2261, 2275-2289, 2292-2296, 2301-2305, 2310-2314, 2319- 2327, 2330-2339, 2350-2352, 2372-2376, 2399-2401, 2404-2408, 2424-2428, 2453-2455, 2495-2497, 2510-2512, 2521-2523, 2537-2539, 2602-2604, 2621-2623, 2638-2640, 2651-2653, 2654-2656 i 2688-2690 akt postępowania administracyjnego*).

Na podstawie skarg i pism konsumentów ustalono szereg przypadków niewydania konsumentom przez kurierów, po podpisaniu umowy, przeznaczonych dla nich egzemplarzy umów oraz załączników do umów (tj. regulaminu, cennika, wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, dokumentów związanych z przeniesieniem numeru od dotychczasowego dostawcy). W tych sytuacjach Spółka nie doręcza także konsumentom potwierdzenia zawarcia umowy. Kurierzy najczęściej informują konsumentów, że wszystkie dokumenty zostaną do nich przesłane później pocztą. Kurierzy albo nie wyjaśniają przyczyn zabrania kompletu podpisanych dokumentów albo wskazują, że przeznaczone dla

konsumentów dokumenty zostaną odesłane po podpisaniu przez drugą stronę. Z reguły konsument dowiadyuje się, że zawarł umowę ze Spółką dopiero po otrzymaniu od Spółki pierwszej faktury lub przesłaniu aparatu telefonicznego, niezbędnego do korzystania z jej usług.

W razie kwestionowania przez konsumenta faktu doręczenia dokumentów umownych bądź wystąpienia do Spółki z wnioskiem czy żądaniem dostarczenia umowy, Spółka przesyła konsumentom kopie zawartych umów, potwierdzone za zgodność z oryginałem. Kopie umów konsumenci otrzymują najczęściej już po upływie terminu do odstąpienia od umowy. W zgromadzonych przez Prezesa Urzędu skargach i pismach zarzucono m.in.:

- „Pojawił się przedstawiciel PGT S.A., który również zapewniał, że reprezentuje firmę Orange. Następnie przedłożył on do podpisu umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Po jej podpisaniu [...] przedstawiciel PGT S.A. niezwłocznie zabrał umowę z powrotem, nie dając nawet możliwości na zapoznanie się z warunkami określonymi w umowie, regulaminem świadczenia usług i cennikiem” (*dowód: k. 1755- 1760 akt postępowania administracyjnego*)
- „W dniu, w którym podpisałem umowę, Wasz przedstawiciel nie pozostawił mi kopii podpisanego dokumentu. Nie miałem więc możliwości zapoznania się z treścią umowy” (*dowód: k. 1595- 1596 akt postępowania administracyjnego*)
- „Wysłanie umowy podpisanej przez PGT S.A. oraz potwierdzonej za zgodność z oryginałem po upływie 14 dni przeznaczonym na odstąpienie od umowy, przesądziło o niemożliwości odstąpienia od niej w terminie późniejszym” (*dowód: k. 1779- 1781 akt postępowania administracyjnego*)
- „Ja pod wpływem tego Pana zgodziłam się, ponieważ zapewniał mnie, że będzie lepiej i taniej [...]. Po rozmowie ten Pan wyszedł i nic nie zostawił, nie zostawił żadnych dokumentów. Było za późno jak się zorientowałam, że nic mi nie zostawił” (*dowód: k. 1707 akt postępowania administracyjnego*)
- „Kurier zabrał wszystkie dokumenty nie zostawiając mi żadnej kopii umowy ani chociaż potwierdzenia. Po upływie miesiąca (26.10.2015r.) od podpisanej umowy kurier dostarczył mi aparat telefoniczny [...] oraz kopię mojej umowy (z pieczętką ZA POTWIERDZENIEM Z ORYGINAŁEM) [...]. Dopiero wtedy zorientowałam się iż zostałam oszukana i podpisałam umowę z firmą PGT S.A., a nie Orange! Niestety teraz wiem, że niezostawienie podpisanej umowy było celowym działaniem tej firmy abym nie mogła rozwiązać umowy w regulaminowych 14 dniach” (*dowód: k. 1834 akt postępowania administracyjnego*)
- „Następnie odwiedził mnie kurier, który w następstwie odbytej rozmowy telefonicznej dostarczył mi do podpisu dokumenty. Nie zostawił mi wtedy żadnych dokumentów twierdząc, że miał tylko dostarczyć je do podpisu i że ma zabrać wszystko w całości, a ja podpisane dokumenty otrzymam kolejną przesyłką” (*dowód: k. 1839 akt postępowania administracyjnego*)
- „Po dostarczeniu umowy przez kuriera, po jej podpisaniu nie otrzymałem kopii umowy. Kurier poinformował mnie, że po weryfikacji otrzymam kopię umowy po 3-4 dniach, lecz jej nie otrzymałem” (*dowód: k. 1841 akt postępowania administracyjnego*)
- „Jednocześnie informuję Państwa, że nie została pozostawiona umowa dla abonenta” (*dowód: k. 1726 akt postępowania administracyjnego*)
- „W dniu podpisania umowy nie pozostawiono mi żadnych dokumentów, abym mogła się z nimi zapoznać [...]. Nie pozostawiono mi oryginału podpisanej umowy [...]. Ksero umowy dotarło do mnie po 6 maja 2016r.” (*dowód: k. 1749- 1750 akt postępowania administracyjnego*)

- „W dniu 27.11.2015r. złożyłem podpisy na dwóch egzemplarzach umowy dostarczonych przez kuriera, jednakże przy braku odpowiedniego czasu do zapoznania się z jej treścią, po czym ten sam kurier zabrał obydwa z nich. Egzemplarz umowy został mi przekazany dopiero wraz z pierwszym rachunkiem” (*dowód: k. 881- 884 akt postępowania administracyjnego*)
- „Ponadto wyjaśniam, że Państwa przedstawiciel, który odwiedził mnie w moim mieszkaniu i poprosił o podpis, nie pozostawił mi umowy, co uniemożliwiło mi podjęcie wcześniejszych działań (nie pozostawiono mi podpisanego egzemplarza umowy, wzoru odstąpienia od umowy). Dokumenty zostały mi dostarczone dopiero później, korespondencją listowną w miesiącu lutym br. pocztą” (*dowód: k. 1019 akt postępowania wyjaśniającego*)
- „Jednocześnie domagam się od firmy PGT S.A. w ciągu 14 dni dostarczenia umowy, którą podpisałam u nieuczciwego przedstawiciela Państwa firmy” (*dowód: k. 44 verte akt postępowania wyjaśniającego*)
- „Kurier kazał podpisać umowę i szybko odebrał” (*dowód: k. 707- 709 akt postępowania wyjaśniającego*)
- „Osoba będąca waszym przedstawicielem nie posiadała w miejscu widocznym żadnego identyfikatora, a potwierdzając że reprezentuje firmę NOVUM byłam przekonana, że tak właśnie jest [...]. Osoba ta poinformowała mnie, że wszystkie dokumenty zostaną przesłane pocztą, po podpisaniu przez drugą stronę. W tym momencie wyjaśniam, że do dnia dzisiejszego nie otrzymałam podpisanej przez PGT S.A. umowy” (*dowód: k. 22- 23 akt postępowania administracyjnego*)
- „Ja nie otrzymałam żadnej umowy z PGT” (*dowód: k. 175 akt postępowania administracyjnego*)
- „Jak na razie nie otrzymałam żadnych dokumentów ani z Netii, ani z PGT” (*dowód: k. 298- 299 akt postępowania administracyjnego*)
- „Przedstawiciel firmy PGT Spółka Akcyjna podał się za przed. firmy Orange i zaproponował mojej mamie nową umowę na abon. 29,99 oczywiście nie zostawiając kopii umowy. Umowa została doręczona w dniu 15 stycznia 2016r. wraz z ap. komórkowym” (*dowód: k. 791- 792 akt postępowania administracyjnego*)
- „Kurier [...] zabrał wszystkie dokumenty” (*dowód: k. 912- 913 akt postępowania administracyjnego*)
- „Ponadto pomimo podpisania przez mojego Mocodawcę przedmiotowej umowy, nie wydano mu drugiego egzemplarza umowy ani regulaminu promocji. Dokumenty te doręczono mojemu Mocodawcy dopiero w dniu 18.12.2015r., co oznacza, iż dokumenty zostały mojemu Mocodawcy odesłane dopiero wówczas, gdy minął już termin do odstąpienia od umowy (co potwierdza pieczętka z datą 16.12.2015r., która opatrzono egzemplarz umowy odesłany mojemu Mocodawcy)” (*dowód: k. 1775- 1778 akt postępowania administracyjnego*).

Na niewydawanie dokumentów umownych wskazują także uzupełnione przez konsumentów ankiety przygotowane przez Prezesa Urzędu (*dowód: ankiety wypełnione przez konsumentów- k. 1417-1419, 1444-1446, 1873-1877, 1857-1862, 2080-2084, 2089-2093, 2186-2190, 2310-2314, 2404-2408, 2602-2604 i 2688-2690 akt postępowania administracyjnego*).

Po zawarciu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, Spółka przesyła konsumentowi aparat telefoniczny niezbędny do wykonywania połączeń telefonicznych. Na podstawie zawartej ze Spółką umowy konsument nabywa ww. aparat na własność za cenę promocyjną. Aparat podlega zwrotowi w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy bądź rozwiązania umowy z przyczyn technicznych, z uwagi na brak możliwości

zapewnienia abonentowi przez Spółkę usługi o wymaganej jakości, przy pomocy stosowanej przez nią technologii na obszarze obejmującym lokalizację abonenta (*dowód: pismo Spółki z dnia 21 września 2015r.- k. 298- 300 akt postępowania wyjaśniającego*).

Na dzień 1 sierpnia 2016r. Spółka posiadała [usunięto] abonentów, tj. osób, z którymi miała zawarte umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Spółka posiadała na ten dzień [usunięto] czynnych abonentów- osób faktycznie wykonujących połączenia telefoniczne za pomocą dostarczonego im aparatu telefonicznego. W okresie od dnia 1 stycznia do dnia 1 sierpnia 2016r. [usunięto] abonentów nie odebrało od Spółki przesyłki zawierającej aparat telefoniczny (*dowód: pisma Spółki z dnia: 16 i 23 sierpnia 2016r.- k. 1140-1141 i 1156 akt postępowania administracyjnego*).

Dokonując ustaleń faktycznych Prezes Urzędu oparł się m.in. na zeznaniach świadków: [usunięto] i [usunięto]- byłych kurierów, którzy dostarczali konsumentom umowy do podpisu i zawierali z nimi umowy w imieniu Spółki, przesłuchanych na rozprawie administracyjnej w dniu 23 czerwca 2016r.

Prezes Urzędu uznaje zeznania ww. świadków za wiarygodne. Świadcowie współpracowali z partnerem Spółki w różnych okresach, przez ok. 3-4 miesiące, ale złożone przez nich zeznania są spójne i znajdują potwierdzenie w treści otrzymanych od konsumentów skarg i pism, opisujących sposób zachowania kurierów i udzielane przez nich informacje. W opinii Prezesa Urzędu, świadkowie złożyli zeznania spontanicznie, przedstawiając okoliczności mogące świadczyć zarówno na ich korzyść, jak i niekorzyść w procesie zawierania umów z konsumentami. Świadcowie nie są aktualnie związani ani ze Spółką, ani z jej partnerem, co powoduje, że składając zeznania nie mieli żadnego interesu w tym, żeby przedstawić swoje zachowanie i podejmowane wobec konsumentów czynności inaczej, niż miało to miejsce w rzeczywistości.

Prezes Urzędu dokonał ustaleń faktycznych opierając się też na zeznaniach przesłuchanego na ww. rozprawie świadka [usunięto]- pracownika i współnika [usunięto]- partnera Spółki w części dotyczącej danych uzupełnianych przez kuriera podczas wizyty i działania kurierów na podstawie udzielonego im pełnomocnictwa. W ocenie Prezesa Urzędu, zeznania świadka w tej części są wiarygodne i znajdują potwierdzenie w pozostałych dowodach, tj. zeznaniach ww. świadków oraz zgromadzonych dokumentach, w szczególności umowie partnerstwa handlowego zawartej przez [usunięto] ze Spółką oraz załącznikach do tej umowy. Prezes Urzędu odmówił wiarygodności zeznaniom tego świadka w części dotyczącej opracowanego przez [usunięto] skryptu rozmowy przeznaczonego dla konsultantów. Zapisy rozmów telefonicznych, którymi dysponuje Prezes Urzędu nie potwierdzają, wbrew zeznaniom świadka, że konsultant przekazuje konsumentowi informacje o zmianie dostawcy oraz ustala, jaką umowę konsument podpisał z dotychczasowym dostawcą (na czas określony lub na czas nieoznaczony). Zdaniem Prezesa Urzędu, gdyby scenariusz zawierający takie informacje faktycznie został przygotowany przez [usunięto], to byłby wykorzystywany przez konsultantów. Tymczasem rzeczywisty przebieg rozmów telefonicznych jest zupełnie inny- konsultanci nie przekazują ww. informacji. Nawet jeśli na początku rozmowy wskazują, skąd dzwonią, to później starają się wywołać lub utrzymać błędne przekonanie konsumentów, że telefon pochodzi od ich dotychczasowego dostawcy usług. W pozostałej części, w szczególności w części opisującej współpracę Spółki z [usunięto], zeznania świadka nie odnoszą się bezpośrednio do postawionych Spółce zarzutów, stąd nie zostaną uwzględnione przy dokonywaniu ustaleń faktycznych. To, czy i w jakim zakresie Spółka weryfikuje działania swojego partnera nie wpływa bezpośrednio na zasadność stawianych jej zarzutów. Na podstawie zawartych umów Spółka ma możliwość kontroli swoich partnerów, a fakt, że z uprawnień takich nie korzysta lub korzysta w małym stopniu i nieregularnie, pomimo otrzymywanych licznych

sygnałów od konsumentów kwestionujących sposób działania jej przedstawicieli, nie może wyłączać czy umniejszać jej odpowiedzialności za stosowane praktyki.

Prezes Urzędu odmówił wiarygodności zeznaniom świadków: [usunięto] i [usunięto] - aktualnych na dzień przesłuchania konsultantów [usunięto] w części dotyczących wyraźnego informowania konsumentów podczas rozmowy telefonicznej o tym, że rozmowa prowadzona jest w imieniu Spółki oraz niesugerowania lub zaprzeczania, że świadkowie reprezentują dotychczasowego dostawcę usług konsumenta. W ocenie Prezesa Urzędu, zeznania tych świadków są niewiarygodne również w części dotyczącej informowania konsumentów o skutkach zerwania umowy z dotychczasowym dostawcą usług w razie zawarcia umowy ze Spółką, dopytywania konsumentów o charakter umowy, którą zawarł z dotychczasowym dostawcą usług oraz pouczenia o prawie odstąpienia od zawartej ze Spółką umowy. W tej części zeznania świadków są sprzeczne przede wszystkim z zapisami rozmów telefonicznych, które przeprowadzili świadkowie, pozyskanymi przez Prezesa Urzędu w toku niniejszego postępowania. Zapisy tych rozmów nie potwierdzają, że świadkowie faktycznie udzielają konsumentom wymienionych informacji, tak jak to zeznali. Wręcz przeciwnie, analiza tych rozmów dowodzi, że ww. świadkowie wywoływali i utrzymywali konsumentów w błędnym przekonaniu, że prezentowana oferta pochodzi od ich dotychczasowego dostawcy usług. Nie można poza tym pominąć, że ww. świadkowie współpracują bądź współpracowali uprzednio z różnymi partnerami Spółki przy prezentacji jej oferty praktycznie od rozpoczęcia prowadzenia działalności przez Spółkę, tj. co najmniej od października 2014r. Sposób wypowiedzi ww. świadków i treść ich zeznań świadczą o tym, że mają duże doświadczenie w prezentowaniu ofert przez telefon. Świadkom zależało na tym, aby opisać ich zachowanie względem konsumentów w sposób profesjonalny i pozytywny, lepszy niż w rzeczywistości i tym samym kontynuować współpracę z partnerem Spółki, utrzymując dotychczasowe źródło dochodów.

Zeznania ww. świadków we wskazanej części nie znajdują ponadto żadnego potwierdzenia w skargach czy pismach, które otrzymał Prezes Urzędu, a które pochodzą od wielu niezwiązanych ze sobą konsumentów, mających różne, często odległe od siebie miejsca zamieszkania. Skargi i pisma konsumentów zostały złożone bezpośrednio po zawarciu umowy ze Spółką, co oznacza, że dokumentują i opisują zachowania przedstawicieli Spółki „na bieżąco”, eliminując ryzyko ich zniekształcenia lub zatarcia w pamięci.

W świetle jednoznacznych informacji otrzymanych od konsumentów Prezes Urzędu odmówił także wiarygodności zeznaniom świadka [usunięto]- byłego konsultanta Spółki, w części dotyczącej informowania konsumentów, w związku z wyrażanymi przez nich wątpliwościami o tym, że świadek reprezentuje Spółkę, a nie dotychczasowego dostawcę usług konsumenta oraz że w przypadku zawarcia umowy konsument będzie abonentem Spółki.

W ocenie Prezesa Urzędu, w pozostałym zakresie zeznania wymienionych powyżej świadków nie budzą wątpliwości, niemniej jednak z uwagi na postawione Spółce zarzuty mają ograniczone znaczenie dla ustaleń w niniejszej sprawie. Prezes Urzędu oparł się jedynie na tej części zeznań świadków: [usunięto] i [usunięto], która dotyczy pozyskiwania od konsumentów podczas rozmów telefonicznych ich dokładnego adresu zamieszkania, tj. numeru budynku i mieszkania. Zeznania świadków w tej części znajdują potwierdzenie w nagraniach rozmów telefonicznych, które przeprowadzili ww. świadkowie.

Prezes Urzędu uznał, że wiarygodność informacji wynikających z pism, skarg i dokumentów pozyskanych w toku postępowania od konsumentów, ich pełnomocników, rzeczników konsumentów i organów nie budzi wątpliwości. Podobnie jak przedłożone umowy partnerstwa handlowego, zawarte przez Spółkę z jej partnerami oraz zaliczone w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu nagrania rozmów telefonicznych prowadzonych przez konsultantów z konsumentami.

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W rozpatrywanej sprawie Prezes Urzędu podjął ingerencję w następstwie analizy licznych skarg konsumentów na działania Spółki oraz zawiadomień miejskich i powiatowych rzeczników konsumentów informujących o podejrzeniu stosowania przez Spółkę zakazanych przez ustawę praktyk. W otrzymanych pismach w tożsamy sposób opisano zachowanie przedstawicieli Spółki względem konsumentów przed zawarciem umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz podczas zawierania tych umów. Wiele skarg i pism Prezes Urzędu otrzymał także w trakcie prowadzonego postępowania. W opinii Prezesa Urzędu, skala otrzymanych sygnałów i wynikający z nich obraz praktyk Spółki świadczą o publicznieprawnym charakterze niniejszej sprawy, która wymaga ochrony interesów wszystkich konsumentów, którzy są lub mogą stać się klientami Spółki tj. zawrzeć z nią umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Należy przy tym zauważyć, że wszczęte przeciwko Spółce postępowanie stanowi kolejny przykład ingerencji Prezesa Urzędu w stosunku do przedsiębiorców świadczących usługi telekomunikacyjne, stosujących podobne praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów (por. np. decyzje Prezesa Urzędu nr: RŁO 39/2014 i DDK 29/2015 dotyczące podobnych, jak zakwestionowane w niniejszym postępowaniu, praktyk innych przedsiębiorców).

Praktyki Spółki nie dotyczą interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznieprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieją zatem podstawy do oceny zachowania Spółki pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Ocenę tę poprzedzić należy stwierdzeniem, że PGT S.A. jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepis ten za przedsiębiorcę uznaje m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. PGT S.A. jest spółką prawa handlowego wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług telekomunikacyjnych. Posiadając status przedsiębiorcy w świetle ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, PGT S.A. jest zarazem przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W konsekwencji jej działania podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów tej ustawy.

Art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazuje stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 ustawy, zawierający definicję praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określa jednocześnie otwarty katalog zakazanych praktyk. Przepis ten został zmieniony ustawą z dnia 5 sierpnia 2015r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015r. poz. 1634), z dniem 17 kwietnia 2016r. Art. 7 ww. ustawy stanowi, że do spraw, w których postępowanie przed Prezesem Urzędu wszczęto przed dniem wejścia w życie tej ustawy, stosuje się przepisy dotychczasowe. Zważywszy na powyższe oraz fakt,

że postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczęto przeciwko Spółce postanowieniem z dnia 18 lutego 2016r., w niniejszej sprawie zastosowanie znajdzie art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w brzmieniu obowiązującym do dnia 16 kwietnia 2016r. Zgodnie z tym przepisem, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Taką praktykę stanowią w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy). Zgodnie z art. 2 pkt 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przez przedsiębiorcę rozumie się osoby fizyczne, osoby prawne oraz jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, które prowadzą działalność gospodarczą lub zawodową, nawet jeżeli działalność ta nie ma charakteru zorganizowanego i ciągłego, a także osoby działające w ich imieniu lub na ich rzecz. Dla uznania, że Spółka stosuje zakazane przez ustawę praktyki niezbędne jest zatem stwierdzenie, że jej działania są **bezprawne** i jednocześnie **naruszają zbiorowy interes konsumentów**.

Pierwsza z wymienionych przesłanek omówiona zostanie odrębnie, dla każdego z postawionych Spółce zarzutów. Druga przedstawiona zostanie natomiast łącznie, z uwagi na jej tożsamy charakter i znaczenie dla obydwu zarzuconych Spółce praktyk.

Druga z wymienionych przesłanek jest spełniona, gdy działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości rozumianej jako nieokreślona i nieograniczona grupa podmiotów, których nie da się zidentyfikować. W uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008r. sygn. akt III SK 27/07 Sąd Najwyższy wyjaśnił, że gramatyczna wykładnia pojęcia **zbiorowy interes konsumentów** prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka skierowana jest do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Zdaniem Sądu Najwyższego, wystarczające powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy uznał, że *praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.*

Dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego, konkretnego adresata. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może przy tym polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest tym samym konieczne, aby którykolwiek z konsumentów został dotknięty skutkami stosowanych przez przedsiębiorcę praktyk. Wystarczająca jest choćby potencjalna możliwość wystąpienia negatywnych skutków praktyki wobec nieograniczonej liczby konsumentów.

Praktyki Spółki mogą godzić w interesy nieograniczonej liczby osób, których nie da się zidentyfikować- potencjalnie wszystkich jej dotychczasowych i przyszłych kontrahentów. Praktyki te mają zatem charakter powtarzalny i skierowane są do osób, które nie zostały zindywidualizowane.

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pod tym pojęciem należy rozumieć *stricte* ekonomiczne interesy konsumentów (o wymiarze majątkowym) oraz prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy.

Zarzucone Spółce praktyki mogą naruszać pozaekonomiczne i ekonomiczne interesy konsumentów na etapie przedkontraktowym, na etapie zawierania umowy oraz na etapie wykonywania umowy. Praktyka z pkt I sentencji decyzji może godzić przede wszystkim w prawo konsumentów do uzyskania rzetelnych informacji o tożsamości Spółki, przedmiocie jej oferty i rzeczywistym celu wizyty kuriera w miejscu zamieszkania konsumenta. Sugerowanie, a nawet jednoznaczne wskazywanie przez przedstawicieli Spółki, że działają w imieniu znanego konsumentowi dotychczasowego operatora (a w zasadzie dostawcy usług) może wprowadzać konsumenta w błąd. Takie informacje mogą uniemożliwić konsumentowi ustalenie, jaki przedsiębiorca nawiązał z nim kontakt i zaproponował zawarcie umowy. Mogą zarazem wpływać na konkretne decyzje konsumentów o zawarciu umowy ze Spółką, z czym związane są określone skutki finansowe, wynikające z faktu zawarcia tej umowy, jak i ewentualnego rozwiązania przez konsumenta jednej z wiążących go umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Należy zauważyć, że w przypadku, gdy umowa konsumenta z dotychczasowym dostawcą usług jest umową zawartą na czas oznaczony, której termin jeszcze nie upłynął, jednostronne rozwiązanie takiej umowy przez konsumenta spowoduje, że zgodnie z przepisami Prawa telekomunikacyjnego będzie co do zasady zobowiązany do zwrotu kosztów udzielonych mu przez tego przedsiębiorcę ulg. Jeżeli natomiast konsument chciałby rozwiązać umowę ze Spółką zawartą na czas oznaczony, takie koszty poniesie na rzecz Spółki. W konsekwencji praktyka Spółki może naruszać ekonomiczne interesy konsumentów. Poza ww. skutkami, praktyka Spółki może powodować określone niedogodności czy utrudnienia po stronie konsumenta, jeżeli np. w ramach umowy z dotychczasowym dostawcą usług konsument korzystał z pakietu usług (np. usług telefonicznych i dostępu do Internetu). Biorąc pod uwagę, że Spółka oferuje konsumentom tylko usługi telefonii stacjonarnej, zawarcie z nią umowy może w tej sytuacji wiązać się z koniecznością zawarcia przez konsumenta jeszcze innej, dodatkowej umowy, aby mógł korzystać z poszczególnych usług, które do tej pory w całym pakiecie świadczył na jego rzecz dotychczasowy dostawca.

Negatywny wpływ na interesy konsumentów może wywierać także druga z przypisanych Spółce praktyk. Niewydanie konsumentom dokumentów umownych lub potwierdzenia zawarcia umowy, dokumentujących sam fakt zawarcia umowy oraz warunki umowy, może utrudnić konsumentowi skorzystanie z prawa odstąpienia od umowy. Nie posiadając żadnych dokumentów związanych z umową, a jednocześnie pozostając w błędnym przekonaniu o zmianie umowy z dotychczasowym dostawcą usług co do obniżenia wysokości abonamentu, wynikającym z przeprowadzonej rozmowy telefonicznej i wizyty kuriera, konsument nie jest w stanie ustalić, w jakim terminie może odstąpić od zawartej ze Spółką umowy. Z drugiej strony, pozostając w błędzie co do tożsamości podmiotu, z którym dokonał czynności prawnej, tj. uznając, że nastąpiła jedynie zmiana jego umowy z dotychczasowym dostawcą usług, konsument może w ogóle nie wiedzieć, czy takie prawo mu przysługuje, a jeśli tak, to wobec kogo i na jaki adres powinien złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy. Niedoręczenie umowy lub potwierdzenia umowy może więc uniemożliwić konsumentowi weryfikację praw i obowiązków umownych. Może zarazem utrwalić jego błędne przekonanie o przedsiębiorcy, z którym podpisał umowę i przedmiocie tej umowy, wynikające z uzyskanych wcześniej informacji. Wskutek praktyki Spółki konsument może tym samym nie złożyć oświadczenia o odstąpieniu od umowy w

terminie i kontynuować umowę ze Spółką. Z tego względu praktyka Spółki może wpływać także na ekonomiczne interesy konsumentów na etapie zawierania i wykonywania umowy.

I.

Bezprawność pierwszej z zakwestionowanych praktyk Prezes Urzędu wywodzi z naruszenia przez Spółkę art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Art. 3 ww. ustawy zakazuje stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych. Przez praktykę rynkową 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. Pojęcie produktu ma znaczenie szerokie i obejmuje także usługi (art. 2 pkt 3 i 4 ustawy).

Zdaniem Prezesa Urzędu, działania polegające na prezentowaniu oferty Spółki w rozmowach telefonicznych oraz zawieraniu umów z konsumentami są bezpośrednio związane z promocją i nabyciem jej usług i mieszczą się w przedstawionym powyżej pojęciu praktyki rynkowej.

Przed przedstawieniem szczegółowych rozważań w kwestii stosowania przez Spółkę zarzuconej jej praktyki, Prezes Urzędu uznaje za konieczne odniesienie się do specyfiki jej działalności, wynikającej z faktu posługiwania się podmiotami trzecimi przy prezentowaniu oferty i zawieraniu umów z konsumentami. Prezes Urzędu stwierdził, że fakt ten w żadnej mierze nie wpływa na możliwość przypisania Spółce praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Istotne są bowiem relacje Spółki z tymi podmiotami, wynikające z zawartych umów partnerstwa handlowego.

Jak już wskazano, w ww. umowach Spółka powierzyła partnerom handlowym zawieranie w swoim imieniu i na swój rachunek umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Na podstawie tych umów partnerzy zostali więc umocowani do działania w imieniu i na rzecz Spółki. W imieniu i na rzecz Spółki działają również konsultanci i kurierzy będący pracownikami lub współpracownikami (podwykonawcami) partnerów Spółki. W konsekwencji, ich działania i zaniechania muszą być potraktowane jako działania i zaniechania Spółki.

Niezależnie od tego, czy w umowach Spółka uregulowała bardziej lub mniej szczegółowo obowiązki partnerów, w kontaktach z konsumentami partnerzy prezentują ofertę Spółki, dążąc do podpisania przez konsumenta umowy właśnie ze Spółką. Partnerzy nie podejmują wobec konsumentów żadnych czynności faktycznych ani prawnych we własnym imieniu i na swoją rzecz. Spółka ponosi tym samym odpowiedzialność za działania jej partnerów względem konsumentów podejmowane na podstawie zawartych umów. To do Spółki należy ocena, czy partner wykonuje prawidłowo przewidziane w umowie obowiązki. Na podstawie zawartych umów Spółka miała lub ma możliwość zareagowania, jeżeli partner nie wykonuje ich należycie, np. poprzez wypowiedzenie zawartej z nim umowy ze skutkiem natychmiastowym. W większości umów (por. umowy zawarte z: **[usunięto]** i **[usunięto]**) Spółka zapewniła sobie także bezpośredni, realny i szeroki wpływ na to, jak wyglądać ma sprzedaż jej usług. W umowach partnerstwa określono np., że to Spółka prowadzi szkolenia osób zatrudnionych przez partnera oraz jego podwykonawców. Partner lub osoba przez niego wyznaczona do koordynacji sprzedaży i wykonywania usług ma natomiast obowiązek uczestniczenia w szkoleniu początkowym oraz wszelkich szkoleniach uzupełniających, o ile takie będą wymagane przez Spółkę. Spółka zastrzegła sobie także prawo do organizacji szkoleń uzupełniających dla partnera i autoryzowanych doradców handlowych oraz okresowego weryfikowania kwalifikacji osób świadczących usługi ze strony partnera pod względem kryteriów dotyczących jakości sprzedaży. W przypadku niespełnienia kryteriów, Spółka może cofnąć tym osobom upoważnienie do świadczenia usług. Przy takim ukształtowaniu praw i obowiązków stron umowy i roli Spółki w procesie

proponowania i oferowania konsumentom usług telekomunikacyjnych, w pełni uzasadnione jest stwierdzenie, że Spółka jest przedsiębiorcą stosującym zakwestionowane praktyki.

Przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługują się pojęciem przeciętnego konsumenta, z punktu widzenia którego powinna być dokonana ocena każdej praktyki rynkowej.

Art. 2 pkt 8 tej ustawy za przeciętnego uznaje konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tych cech 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.

Adresatem działań Spółki polegających na prezentowaniu i oferowaniu usług telekomunikacyjnych jest ogół konsumentów. Ani treść prowadzonych rozmów z konsumentami, ani sama oferta Spółki nie wskazują, aby działania te były kierowane do szczególnej, dającej się wyodrębnić na podstawie wspólnej cechy grupy konsumentów. Spółka oferuje swoje usługi nieograniczonemu kręgowi odbiorców. *De facto* każda osoba zainteresowana usługami Spółki może z nich skorzystać, tj. zawrzeć ze Spółką umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych na określonych warunkach. Poczynione ustalenia wskazują wprawdzie, że kontrahentami Spółki są w przeważającej liczbie przypadków osoby starsze, w wieku powyżej 60 lat, jednak, zdaniem Prezesa Urzędu, wynika to przede wszystkim z faktu, że typując osoby do kontaktu telefonicznego partnerzy Spółki korzystają z ogólnie dostępnych książek telefonicznych, obejmujących numery telefonów stacjonarnych. Zasady doświadczenia życiowego uzasadniają wniosek, że z tego typu telefonów korzystają głównie osoby starsze, przyzwyczajone do tradycyjnych form kontaktu telefonicznego. W opinii Prezesa Urzędu, nie można jednak na tej podstawie wnioskować, że Spółka kieruje swoją ofertę wyłącznie do takich osób. Stosowane przez Spółkę wzorce umowne oraz charakter jej oferty świadczą o tym, że kontrahentami Spółki może być praktycznie każdy konsument, a nie konsument należący do szczególnej grupy konsumentów, która mogłaby zostać wyodrębniona na podstawie określonej i wspólnej im cechy, jaką jest wiek. Z uwagi na powyższe, w niniejszej sprawie za przeciętnego konsumenta uznano osobę, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy zawieraniu umów i zapoznaniu się z otrzymanymi od przedsiębiorcy informacjami, przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta.

Należy przy tym podkreślić, że wskazanie na takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność) znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony możemy wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej- nie możemy uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna i że konsument nie ma prawa pewnych rzeczy nie wiedzieć. Przeciętny konsument nie posiada wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie. Rozumie kierowane do niego informacje i potrafi je wykorzystać do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej produktu. Nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak, jak profesjonalista. Przeciętny konsument ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. W opinii Prezesa Urzędu, na podstawie informacji uzyskanych od Spółki podczas rozmowy telefonicznej i wizyty kuriera przeciętny konsument ma prawo przypuszczać, że przedstawiona mu oferta jest ofertą pochodzącą od jego dotychczasowego dostawcy usług telekomunikacyjnych, a przedłożone do podpisu dokumenty stanowią jedynie zmianę, na

lepsze, warunków umowy zawartej z tym przedsiębiorcą w zakresie kwoty miesięcznego abonamentu.

Zdaniem Prezesa Urzędu, ocena zakwestionowanej praktyki Spółki dokonana z punktu widzenia ustalonego modelu przeciętnego konsumenta uzasadnia stwierdzenie, że w omawianym zakresie mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 powołanej wyżej ustawy, tj. działaniem wprowadzającym w błąd.

Art. 4 ust. 2 ww. ustawy wskazuje, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności m.in. praktykę rynkową wprowadzającą w błąd. Zgodnie z art. 5 ust. 1 tej ustawy, praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Art. 5 ust. 2 pkt 1 ustawy przewiduje, że wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji.

Uwzględniając przesłanki określone w ww. przepisie, należy zatem rozważyć, czy informacje przekazywane przez przedstawicieli Spółki w rozmowach telefonicznych i podczas wizyty kuriera mogą wprowadzić przeciętnego konsumenta w błąd co do podmiotu, w imieniu którego prezentowana jest oferta oraz celu wizyty i przedmiotu oferowanej usługi, a przez to, czy mogą powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Art. 5 ust. 4 ustawy przewiduje, że przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji.

Prezes Urzędu ustalił, że podczas rozmów telefonicznych konsultanci przekazują konsumentom nieprawdziwe informacje o tożsamości Spółki, sugerując lub wskazując wprost, że reprezentują dotychczasowego operatora konsumenta (czyli faktycznie dostawcę usług). Otrzymując te informacje przeciętny konsument może uznać, że propozycja obniżenia abonamentu pochodzi od przedsiębiorcy telekomunikacyjnego, z usług którego aktualnie korzysta.

[usunięto]- partner Spółki przekazał scenariusz rozmów telefonicznych, zgodnie z którym, jak zapewnił, konsultanci prowadzą rozmowy z konsumentami. Ze scenariusza wynika, że po uzyskaniu połączenia konsultant przedstawia się, podając swoje imię i nazwisko oraz nazwę „Polska Grupa Telekomunikacyjna”. Następnie, po upewnieniu się, że rozmawia z właścicielem telefonu, konsultant prosi o wyrażenie zgody na przedstawienie „oferty PGT i umówienie spotkania z handlowcem dotyczącej telefonu”. Według scenariusza, jeżeli konsument wyrazi zgodę, konsultant wyjaśnia, że dzwoni z informacją, że w najbliższym terminie w miejscowości konsumenta będzie „handlowiec firmy PGT-polskiego operatora telefonicznego”. W związku z tym, konsultant zadaje pytanie, czy handlowiec mógłby odwiedzić konsumenta i przedstawić ofertę nowej umowy abonenckiej.

Analiza nagrań rozmów telefonicznych prowadzonych przez konsultantów z konsumentami oraz skarg i pism konsumentów wskazuje jednak, że konsultanci działają zgodnie z innym scenariuszem i udzielają informacji mogących wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd. Wbrew temu co wynika z przedstawionego scenariusza, w rozmowach konsultant nie wskazuje wprost, w sposób nie wywołujący żadnych wątpliwości, że rozmowa będzie dotyczyć oferty Spółki oraz że zapowiadana wizyta będzie wizytą handlowca (kuriera) Spółki. Konsultanci nie informują też, że podczas wizyty przedstawiona zostanie oferta nowej umowy abonenckiej, której stroną będzie Spółka, ale sugerują, że oferta dotyczy zmiany dotychczasowej umowy konsumenta.

Konsultanci przedstawiają się, podając swoje imię i nazwisko i nazwę „Polska Grupa Telekomunikacyjna”, tylko ww. nazwę, względnie tylko imię i nazwisko, zaznaczając, że

dzwonią z biura obsługi klienta, bez sprecyzowania o biuro obsługi klienta jakiego przedsiębiorcy chodzi. Nawet jeśli przedstawiając się konsultant podaje nazwę „Polska Grupa Telekomunikacyjna”, to w dalszej części rozmowy już jej nie powołuje. Dalszy przebieg rozmowy utwierdza przeciętnego konsumenta w przekonaniu, że rozmawia z przedstawicielem swojego dotychczasowego dostawcy usług. W odpowiedzi na pytanie konsumenta konsultant z reguły wskazuje, że dzwoni z biura obsługi klienta dla klientów Orange. Jeżeli konsument zaprzecza i stwierdza, że zawarł umowę z innym dostawcą usług i podaje jego nazwę, konsultant niezwłocznie potwierdza, że dzwoni z biura obsługi dla klientów właśnie tego przedsiębiorcy („Zaraz, zaraz. Pani jest z Telekomunikacji? Dzwonię z biura obsługi dla klientów Orange, dlatego się do Pani kontaktuję. Ale ja jestem w Netii [...] Dla Pani też się należy; „czy Pani jest z Orange? Proszę pani, biuro obsługi klienta dla klientów Orange, jak najbardziej”; Skąd Pani dzwoni? To jest biuro obsługi dla abonentów firmy Orange; „A co to jest za stacja? Biuro obsługi klienta dla klientów Orange. A Orange. Aha. Ale ja jestem, proszę Panią, na Netii na umowie, jeszcze mi się nie skończyła umowa. To nie szkodzi, bo to dla Netii też, proszę Pani, jest to samo. Ponieważ Netia jest na... Proszę Pani, jak najbardziej ten telefon kiedyś był w Telekomunikacji, ale to wszystko Pani już dostanie z Netii na piśmie; [...] a skąd Pani dzwoni? No od Pani operatora, z biura obsługi klienta. To znaczy od kogo? Na zlecenie firmy Orange).

Zdaniem Prezesa Urzędu, już w pierwszej części rozmowy, inicjującej kontakt przeciętny konsument może zostać wprowadzony w błąd co do tożsamości Spółki. Konsultant prowadzi dalej rozmowę w taki sposób, żeby konsument nie zorientował się, że rozmowa dotyczy oferty Spółki, czyli zupełnie innego przedsiębiorcy niż ten, z usług którego korzysta. W tym celu, w razie wskazania niewłaściwego przedsiębiorcy i zaprzeczenia konsumenta, konsultant niezwłocznie prostuje swoją „omyłkę”, dostosowując się do informacji udzielonych spontanicznie przez konsumenta. Konsultant nie ujawnia więc, że reprezentuje Spółkę i to jej ofertę chce przedstawić, ale udziela nieprawdziwych informacji, że działa w imieniu dostawcy usług konsumenta.

Takie zabiegi konsultantów i określony sposób prowadzenia rozmowy dostrzegli również konsumenci, podnosząc np., że: „Konsultant, który proponował mi usługę, kiedy ja zapytałem czy jest z Vectry nie zaprzeczył i nie poinformował mnie, że jest przedstawicielem innej firmy niż Vectra. Byłem przekonany, że przedłużam umowę z Vectrą”; „Osoba, która do mnie dzwoniła nie przedstawiła rzetelnie nazwy firmy, za to tak prowadziła rozmowę, że byłam przekonana, że rozmawiam z przedstawicielem firmy, z którą mam już podpisaną umowę na świadczenie usług telekomunikacyjnych (Orange)”; „Ja zapytałem się, czy rozmawiam z przedstawicielem sieci Orange, otrzymałem potwierdzenie, że tak właśnie jest”; „Żona powiedziała, że my jesteśmy w Orange, na co przedstawicielka odpowiedziała, że my jesteśmy tą samą firmą”.

Z drugiej strony, prowadząc rozmowę telefoniczną przeciętny konsument nie jest w stanie dokonać tak wnikliwej oceny otrzymywanych informacji, aby ustalić, że zapewnienie konsultanta, że dzwoni z „biura obsługi dla klientów” wymienionego przedsiębiorcy (np. Orange, Netii itp.) powinien rozumieć w ten sposób, że jako klient tego przedsiębiorcy może skorzystać z oferty Spółki. Odróżnienie użytych przez konsultanta słów wymagałoby posiadania przez przeciętnego konsumenta szczególnej uwagi i niespotykanych wręcz umiejętności wnikliwego analizowania wypowiedzi rozmówcy w chwili prowadzenia rozmowy. Przeciętny polski konsument takich cech nie posiada. Nie potrafi tym samym ustalić, że pojęcie „biuro obsługi dla klientów” wymienionego przedsiębiorcy może nie być tożsame z pojęciem „biuro obsługi klientów” jego dostawcy usług. Analizując zapisy rozmów telefonicznych warto również zauważyć, że w wielu przypadkach konsultanci wprost informują konsumentów o tym, że reprezentują jego „operatora” („Proszę mi powiedzieć, czy Pani jest dalej klientem Orange czy zmieniła Pani operatora? Ja jestem klientem Netii. Bardzo dobrze, ponieważ dzwonicy i tu klienci nas informują,

że są już klientami Orange, dlatego wolałam dopytać, dlatego, że dzwonię z biura Netii, proszę pani, dla klientów Netii"; „To Pan jest z Netii, tak? Tak, Pani Alino”). Bez wątplenia są to informacje nieprawdziwe. Na ich postawie przeciętny konsument uzyskuje jednak pewność, że rozmawia z przedstawicielem swojego dostawcy usług. Przy takim zapewnieniu wszelkie ewentualne wątpliwości czy podejrzenia, jakie mógłby mieć przeciętny konsument zostają wyeliminowane.

Nie bez znaczenia jest także, w ocenie Prezesa Urzędu, że nazwa „Polska Grupa Telekomunikacyjna” jaką z reguły powołują konsultanci rozpoczynając rozmowę może nie być wiązana przez przeciętnego konsumenta ze Spółką, która została zarejestrowana pod firmą: PGT Spółka Akcyjna. Z wyjaśnień Spółki wynika, że „Polska Grupa Telekomunikacyjna” to nazwa marki, pod którą początkowo, do stycznia 2015r., oferowała swoje usługi. Ustalono jednak, że konsultanci używają jej nadal. W kontekście dalszego przebiegu rozmowy, podtrzymującego przekonanie konsumenta o prowadzeniu rozmowy z przedstawicielem jego dotychczasowego dostawcy usług, konsument może w ogóle nie zwrócić uwagi na tę nazwę, która użyta została tylko raz, w pierwszym zdaniu rozmowy. W tym wypadku przeciętny konsument musiałby wykazać się ponadto szczególną uwagą i wiedzą, by ww. nazwę powiązać z firmą Spółki.

Na odbiór przekazu Spółki przez przeciętnego konsumenta niewątpliwie wpływa też sama informacja o ofercie Spółki. Konsultant informuje np. konsumenta o otrzymaniu możliwości obniżenia abonamentu za telefon, możliwości pozwalającej na obniżenie opłaty abonamentowej bez zmiany dotychczasowej umowy bądź wprost o: zmianie opłaty za abonament telefoniczny stacjonarny, obniżeniu abonamentu od następnego miesiąca, czy obniżeniu rachunku telefonicznego („Dzwonię do Pani, ponieważ otrzymała Pani możliwość obniżenia abonamentu do kwoty zaledwie 29 zł brutto”; „Pani Leokadio, ja się kontaktuję z Panią, ponieważ od przyszłego miesiąca Pani abonament obniży się do kwoty 29 zł”; „Ja kontaktuję się, ponieważ od następnego miesiąca następuje zmiana opłaty za abonament telefoniczny stacjonarny. Kwota abonamentu będzie wynosiła 29,99 zł”; „Dzwonię do Pana z taką informacją, że od następnego okresu rozliczeniowego będzie Pan miał obniżony rachunek telefoniczny na kwotę 29 zł z VATem”; „Proszę Pani, ja dzwonię poinformować, że od następnego miesiąca następuje zmiana kwoty abonamentu na tańszy, który będzie wynosił 29 zł i będą nielimitowane rozmowy”). Uwaga przeciętnego konsumenta koncentruje się w tym wypadku na korzyściach, jakie może uzyskać lub na pewno uzyska, jeżeli skorzysta z przedstawionej mu propozycji. Otrzymując informację o obniżeniu abonamentu przeciętny konsument może poza tym uznać, że osoba, z którą rozmawia, rzeczywiście reprezentuje jego dostawcę usług, ponieważ wie, że do tej pory płacił wyższy abonament niż ten proponowany w rozmowie. Na tej podstawie przeciętny konsument może zdecydować o wyrażeniu zgody na wizytę kuriera, aby skorzystać z korzystnej dla niego finansowo oferty.

Elementem utwierdzającym przeciętnego konsumenta w błędnym przekonaniu, że prowadzi rozmowę z przedstawicielem swojego dostawcy usług, mogą być też zapewnienia konsultanta, że poza zmianą wysokości abonamentu na niższy, pozostałe warunki umowy nie zmieniają się. Konsultanci informują konsumenta, że po podpisaniu umowy nadal będą korzystać z usług dotychczasowego dostawcy usług. Ww. zapewnienia wynikają zarówno z zapisów rozmów telefonicznych, którymi dysponuje Prezes Urzędu, jak i skarg i pism konsumentów („Znaczy nadal będę w Netii jak dotychczas? Ja kontaktuję się do klientów Netii, dokładnie Pani Alino”; [...] Czyli tak, zostałaby u Pani dokładnie taka sama umowa jak jest, z tym, że zapłaciłaby Pani niższy abonament bo 29,99 zł brutto [...]. Generalnie ja nie proponuję Pani zmiany operatora, tak, jeżeli o to chodzi. To oczywiście, jeżeli tutaj jest Pani... obawia się o to, no to oczywiście nie proponuję Pani zmiany operatora. Zostaje Pani tam, gdzie jest, z tym, że oczywiście mam taką możliwość, aby u Pani obniżyć abonament”; „Od początku rozmowy wyraźnie kilkakrotnie podkreślałam, iż nie jestem zainteresowana zmianą operatora i upewniłam się, czy jest to oferta Telekomunikacji dla Domu, tj. operatora, z którym mam podpisaną umowę.

Osoba ta zapewniała mnie, że rozmawia w imieniu Telekomunikacji dla Domu i otrzymam korzystniejszą ofertę”; „Podczas rozmowy usilnie nakłaniano do podjęcia decyzji o zmniejszeniu kwoty abonamentu, stosując techniki manipulacyjne i zachęcające (promocje) przy jednoczesnym zapewnieniu o pozostaniu na dotychczasowych warunkach umownych z dotychczasowym operatorem- Orange”).

Zdaniem Prezesa Urzędu, takie informacje mogą być dla przeciętnego konsumenta dodatkowym argumentem przemawiającym za wyrażeniem zgody na przybycie kuriera, a następnie podpisaniem dostarczonej przez niego umowy. Przeciętny konsument może bowiem uznać, że skoro uzyskuje wyraźne, konkretne zapewnienie konsultanta, że zmieni się tylko abonament u dotychczasowego dostawcy usług, to faktycznie tak będzie. W tych okolicznościach przeciętny konsument nie może jednak w żaden sposób ustalić, że zapewnienia konsultanta nie są prawdziwe.

Należy zauważyć, że dla uzasadnienia złożenia konsumentowi propozycji obniżenia abonamentu, konsultanci powołują się często na dotychczasową, długotrwałą i dobrą z nim współpracę („Jest Pani stałą klientką, regularnie Pani opłaca rachunki, od pani podpisanej umowy minął okres 6 miesięcy, dlatego taka obniżka się Pani należy”; „[...] ta obniżka należy się Pani jako stałemu klientowi Netii, więc przysługuje Pani od przyszłego miesiąca”). Na ten aspekt rozmowy zwrócili uwagę również konsumenci wskazując m.in., że: „Przez telefon przedstawiono się jako firma Netia, pochwalono mnie za rzetelność oraz regularność płacenia do tej pory abonamentu i jako nagrodę zaproponowano obniżenie abonamentu do 29,90 zł”; „Okolo dnia 9.09.2015r. zadzwoniła do mnie konsultantka przedstawiając się za pracownicę Orange, na wstępie oznajmiła, iż jestem długoletnim klientem firmy Orange i ma dla mnie specjalną tańszą oraz korzystniejszą ofertę”; „Otrzymałem telefon od osoby, która podała się za pracownika firmy Orange Polska S.A. i poinformowała mnie, że z powodu długotrwałego korzystania z usług oferowanych przez Orange została dla mnie przygotowana specjalna oferta promocyjna dotycząca korzystania z telefonu stacjonarnego. Korzyścią dla mnie miał być niższy niż dotychczasowy abonament i darmowy telefon bezprzewodowy. Osoba przedstawiająca ofertę przekonywała mnie, iż została ona przygotowana specjalnie dla mnie, jako dobrego klienta firmy Orange”.

Odwołanie się do dotychczasowej współpracy może bezpośrednio sugerować przeciętnemu konsumentowi, że faktycznie rozmawia z przedstawicielem swojego dostawcy usług telekomunikacyjnych. Dla przeciętnego konsumenta logiczne jest, że osoba nie mająca żadnych związków z jego dostawcą usług nie może mieć żadnej wiedzy co do istnienia takiej współpracy i jej pozytywnego przebiegu. Powołanie się na dotychczasowe relacje może być więc dodatkową okolicznością eliminującą ewentualną niepewność przeciętnego konsumenta co do tożsamości jego rozmówcy, a przez to wzbudzającą jego zaufanie do rozmówcy i otrzymanej propozycji. Uwzględniając ponadto, że obniżenie opłat za usługi telekomunikacyjne dla stałych klientów nie jest czymś wyjątkowym, przeciętny konsument może potraktować złożoną mu propozycję jako swego rodzaju nagrodę za należyte wykonywanie zawartej umowy. Z tej przyczyny informacja o obniżeniu abonamentu przez dotychczasowego dostawcę usług jest dla niego wiarygodna i prawdziwa. Przeciętny konsument wie, że przedsiębiorcy telekomunikacyjni zabiegają nie tylko o nowych klientów, ale również o utrzymanie dotychczasowych, m.in. poprzez niższą, bardziej atrakcyjną dla abonenta cenę usług.

Na wprowadzenie w błąd przeciętnego konsumenta co do tożsamości Spółki wpływa także, w ocenie Prezesa Urzędu, zachowanie konsultantów w końcowej fazie rozmów, w której weryfikowane są dane osobowe konsumenta oraz jego adres. Użycie przez konsultanta, po podaniu przez konsumenta szczegółowych danych, sformułowania „zgadza się” czy „zgadza się wszystko” (np. *I to jest Legnica ul. [...] tak? Tak. 2/5. Zgadza się*; *„Właścicielem jest Pan Wiktor [...], zgadza się? Tak. Tak. I to jest ulica [...] ile? 3/4. To również się zgadza. Miejscowość Legnica. Kod pocztowy? 59-220. To również się zgadza. Dziękuję. Wszystko się*

zgadza"; „Kod pocztowy poproszę uprzejmie. 41-506. 41-506 i ulica [...] to jest do Pana. Tak. Jeszcze proszę mi potwierdzić numer. Telefonu? Nie, ulicy [...]. 19/9. Zgadza się wszystko”) może skutkować wnioskiem przeciętnego konsumenta, że konsultant faktycznie zweryfikował jego dane, z tymi które posiada, a zatem faktycznie jest przedstawicielem jego dotychczasowego dostawcy usług. Przeciętny konsument nie jest na tyle uważny w trakcie rozmowy, aby od razu zorientował się, że konsultant uzyskał jego szczegółowe dane, tj. dokładne miejsce zamieszkania, dzięki odpowiedniemu sposobowi prowadzenia rozmowy, bezpośrednio od niego, a nie z powszechnie dostępnych źródeł, np. z książki telefonicznej. W rzeczywistości zatem zapewnienia konsultanta, że „wszystko się zgadza” nie mają żadnego potwierdzenia w posiadanych przez niego danych o konsumentcie.

Zdaniem Prezesa Urzędu, przebieg rozmów telefonicznych prowadzonych przez konsultantów Spółki nie pozwala przeciętnemu konsumentowi na zorientowanie się i ustalenie, że proponowane czy zapowiadane obniżenie abonamentu jest faktycznie elementem oferty handlowej Spółki, czyli innego przedsiębiorcy niż ten, z którego usług korzysta. Na podstawie uzyskanych w roku rozmowy informacji przeciętny konsument nie jest też w stanie ustalić, że celem przyszłej wizyty kuriera jest zawarcie nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych ze Spółką, a nie zmiana warunków obowiązującej umowy, wiążącej go z dotychczasowym dostawcą usług. Przede wszystkim konsultanci dążą to tego, aby uzyskać od konsumenta informację o tym, z usług jakiego dostawcy korzysta do tej pory, która jest niezbędna do przygotowania umowy i wniosku o przeniesienie numeru telefonu do Spółki. Po uzyskaniu tej informacji konsultanci prowadzą rozmowy w taki sposób, aby konsument nie tylko nie zorientował się, że działają w imieniu nieznanego mu bliżej przedsiębiorcy, ale odnosił wrażenie i upewnił się, że rozmowa dotyczy jego umowy zawartej z dotychczasowym dostawcą usług. Konsultanci prowadzą przy tym rozmowy tak, jakby faktycznie reprezentowali dostawcę usług konsumenta, a więc znali jego relacje z tym przedsiębiorcą, wysokość jego dotychczasowego, wyższego abonamentu oraz dane osobowe.

Przy ocenie omawianych działań Spółki należy ponadto zwrócić uwagę na formę przekazu informacji, tj. przedstawienie informacji o obniżeniu abonamentu podczas rozmowy telefonicznej, w czasie której konsument powinien wyrazić zgodę na wizytę kuriera. Wykorzystanie środka porozumiewania się na odległość wiąże się w tym wypadku z określonym elementem zaskoczenia konsumenta. Wymusza też praktycznie natychmiastową akceptację złożonej propozycji, jeśli konsument chce skorzystać z obniżonych kosztów za usługę telekomunikacyjną od następnego miesiąca. Należy zauważyć, że konsultanci informują konsumentów o dostarczeniu dokumentów do podpisu w celu aktywowania usługi w ciągu kilku dni bądź ponownym kontakcie, aby umówić wizytę w konkretnym terminie. W tych okolicznościach konsument nie ma czasu potrzebnego na zastanowienie i szczegółową analizę przekazanych mu informacji. Należy przy tym uwzględnić, że rozmowy telefoniczne są krótkie i nie przekraczają z reguły kilku minut, co powoduje, że czas reakcji konsumenta jest skrócony.

W opinii Prezesa Urzędu, przekaz wynikający z rozmów telefonicznych jest jednoznaczny dla przeciętnego konsumenta- konsument może skorzystać z oferty dotychczasowego dostawcy usług i obniżyć abonament. W niniejszym przypadku przeciętny konsument nie ma możliwości ustalenia, że przekazane informacje nie są prawdziwe i nie pochodzą od jego dotychczasowego dostawcy usług, ale od Spółki, a propozycja obniżenia abonamentu, to w istocie propozycja zawarcia całkowicie nowej umowy ze Spółką.

Prezes Urzędu uznał, że nieprawdziwe są również informacje przekazywane przez przedstawicieli Spółki (kurierów) podczas wizyt (rozmów) w miejscu zamieszkania konsumentów o zmianie umowy z dotychczasowym operatorem (w istocie- z jego dostawcą usług). Zdaniem Prezesa Urzędu, w trakcie wizyty kurierzy podtrzymują błędne

przekonanie przeciętnego konsumenta o reprezentowaniu jego dotychczasowego dostawcy usług. Nie ujawniają natomiast rzeczywistego celu wizyty i przedmiotu podpisywanej przez konsumenta umowy.

Z analizy otrzymanych skarg i pism wyłania się określony, powtarzający się schemat zachowań kurierów, którzy przekazują konsumentom podobne informacje. Zazwyczaj kurierzy informują, że reprezentują dotychczasowego dostawcę usług konsumenta, którego nazwa jest wpisana wyróżnioną czcionką na pierwszej stronie przygotowanego dla konsumenta egzemplarza umowy. Z uwagi na fakt, że umowy nie są doręczane w zamkniętych kopertach, ale w postaci pliku dokumentów, kurierzy mogą bez przeszkód ustalić tożsamość dotychczasowego dostawcy usług konsumenta. Kurierzy wiedzą zatem, jaki przedsiębiorca świadczy na rzecz konsumenta usługi telekomunikacyjne. Korzystając z tego, przekazują konsumentom nieprawdziwe informacje, że są przedstawicielami właśnie tego przedsiębiorcy. Odpowiadając na pytania konsumentów kurierzy jednoznacznie, często wielokrotnie potwierdzają, że reprezentują dotychczasowego „operatora” konsumenta. Takie zachowanie kurierów dostrzeżono w wielu pismach i skargach: „Już przed wpuszczeniem go za próg upewniliśmy się- pytając go na wstępie, czy jest z NOVUM S.A. Przedstawiciel potwierdził ten fakt i zapewnił, że chodzi tylko o obniżenie rachunku za telefon, do czego trzeba zawrzeć nową umowę”; „Przyjechał kurier z PGT a mówił że jest z telePolska”; „Kiedy zjawiła się u mnie w domu osoba z umową, zapytałem wprost czy jest od mojego dotychczasowego operatora z firmy Dialog, na co uzyskałem kilkakrotnie zapewnienie, że osoba ta reprezentuje właśnie Dialog i że muszę przedłużyć umowę”; „Kurier który doręczył mi przedmiotową umowę też przekazał błędną informację utrzymując że jest przedstawicielem firmy Orange. Podpisałam umowę pod wpływem błędu wcale nie z firmą Orange a z nieznaną mi Spółką Akcyjną PGT Razem”; „Na moje zapytanie przedstawicielka Pani Patrycja [...] jednoznacznie stwierdziła, że jest to oferta operatora DIALOG”; „W trakcie zawierania umowy przedstawiciel PGT S.A. kilkakrotnie potwierdzał, że jest przedstawicielem NETIA S.A.”

Już na podstawie tych informacji przeciętny konsument może upewnić się, że osoba, która zjawiła się w jego miejscu zamieszkania jest przedstawicielem jego dostawcy usług, który- zgodnie z zapowiedzią- proponuje mu skorzystanie z nowej, korzystniejszej cenowo oferty dotyczącej abonamentu.

Podczas wizyty osoby te wskazują także, że są tylko kurierami przywożącymi dokumenty („Konsultant, który pojawił się w moim domu nie był do końca zorientowany w sytuacji mówiąc, że nie wie o co chodzi oraz że trzeba podpisać umowę”). Taki sposób prezentacji potwierdził w swoich zeznaniach przesłuchany w niniejszej sprawie świadek [usunięto]- były kurier. Świadek ten zeznał, że przedstawiał się konsumentom mówiąc, że jest kurierem, ale nie wskazywał z jakiej firmy. Świadek przyznał, że jeśli klienci pytali go, czy jest z firmy Orange lub innej (od dotychczasowego operatora), mówił po prostu, że jest kurierem i kazano mu rozwieźć umowy (k. 1044- 1046 akt postępowania administracyjnego).

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. informacje mogą wprost sugerować przeciętnemu konsumentowi, że osoba, która przywoziła dokumenty jest jedynie doręczycielem, który nie ma żadnej wiedzy w jego sprawie. Przeciętny konsument może nawet zrezygnować z rozmowy z kurierem, zakładając, że nie uzyska od niego żadnych dodatkowych wyjaśnień. W tej sytuacji może opierać się na otrzymanych wcześniej informacjach i podpisać przedłożone mu dokumenty w przekonaniu, że jest to zmiana jego dotychczasowej umowy zapewniająca mu niższy abonament.

Z zeznań świadka [usunięto]- byłego kuriera wynika, że kiedy przyjeżdżał do klienta mówił, że jest kurierem „z PGT” (k. 1042- 1043 akt postępowania administracyjnego). Zdaniem Prezesa Urzędu, zeznania te są wiarygodne, niemniej nie wykluczają wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta. Wskazanie firmy Spółki tylko na początku rozmowy w sytuacji, gdy jej dalszy przebieg może sugerować i utwierdzać przeciętnego konsumenta

w przekonaniu, że jest to wizyta przedstawiciela dotychczasowego dostawcy usług, może nie być wystarczające dla ustalenia tożsamości Spółki. Oczekując wizyty przedstawiciela swojego dostawcy usług, przeciętny konsument może nie zwrócić uwagi na podaną mu na wstępie firmę bądź uznać, że jest to nazwa firmy kurierskiej zajmującej się dostarczaniem dokumentów od jego dostawcy usług.

W trakcie wizyty kurierzy podtrzymują błędne przekonanie przeciętnego konsumenta o celu wizyty i przedmiocie oferowanej usługi. Kurierzy informują, że jest nim zmiana dotychczasowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej przez konsumenta w zakresie wysokości abonamentu za telefon stacjonarny, który będzie niższy. Kurierzy zapewniają przy tym, w szczególności w razie wątpliwości czy pytań konsumenta, że podpisanie przez niego okazanych dokumentów spowoduje zmianę obowiązującej umowy tylko w tym zakresie, natomiast w pozostałej części umowa nie zmieni się. Kurierzy nie ujawniają, że przedkładane konsumentom dokumenty do podpisu dotyczą całkowicie nowej umowy, która zawierana jest ze Spółką. Nie udzielają tym samym żadnych informacji o skutkach podpisania okazanych dokumentów, czyli zawarcia umowy ze Spółką, dla umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym dostawcą usług. Z jednej strony kurierzy przekazują więc konkretne informacje o zmianie dotychczasowej umowy, a z drugiej- pomijają informacje, które mogłyby wywołać jakiegokolwiek wątpliwości przeciętnego konsumenta co do prawdziwości otrzymanych informacji. Dlatego zapewnienie kuriera, że zmieni się tylko wysokość miesięcznego abonamentu jest dla przeciętnego konsumenta jednoznaczne i oznacza, że nie zmieni się ani przedsiębiorca, który świadczy na jego rzecz usługi telekomunikacyjny, ani numer telefonu, z którego do tej pory korzysta.

Na takie rozumienie zapewnień kurierów wskazują konsumenci: „Na moje obawy, czy transakcja jest uczciwa zapewniła, że wszystko jest bez zmian, zmianie jedynie ulegnie opłata”; „[...] przedstawiciel operatora PGT S.A (o czym nie wiedziałam) podający się za przedstawiciela dotychczasowego operatora oświadczył, iż przywiózł dokumenty które należy podpisać [...] twierdził, że moje dotychczasowe warunki umowy na usługi telekomunikacyjne nie ulegną żadnej zmianie, a zostaną jedynie zmniejszone o koszty obejmujące opłaty abonamentowe w stosunku miesięcznym [...]. Nie wspomniał o najważniejszym- o zmianie operatora sieci, na którą nie wyraziłabym zgody”; „Przedstawiciel firmy PGT, który do mnie przyszedł twierdził, że umowa będzie dotyczyła obniżenia abonamentu istniejącej umowy telekomunikacyjnej, która była zawarta z firmą Orange, a nie skutkowałą nową umową z innym operatorem. Zostałam przez niego wprowadzona w błąd”; „Przy podpisywaniu nie poinformowano mnie o zmianie operatora, a zmiana wiąże się z większymi opłatami- kara umowna za zerwanie umowy z Orange SA”.

Błędne przekonanie przeciętnego konsumenta o zmianie umowy z dotychczasowym dostawcą usług może dodatkowo wzmacniać fakt, że na pierwszej stronie przedkładanej mu przez kuriera do podpisu umowy widnieje firma jego dotychczasowego dostawcy usług. Ww. oznaczenie jest przy tym zazwyczaj wyróżnione większym drukiem lub wpisane pogrubioną czcionką. Powoduje to, że wyraźnie odznacza się na tle innych postanowień umowy, a przez to jest też łatwo zauważalne dla przeciętnego konsumenta. Jest to zarazem taka pozycja umowy, na którą powołuje się bezpośrednio kurier dla poparcia swoich twierdzeń, w odpowiedzi na wątpliwości czy pytania konsumenta. W opinii Prezesa Urzędu, w niniejszym przypadku wskazanie nazwy dotychczasowego dostawcy usług na umowie jest dla przeciętnego konsumenta konkretnym zapewnieniem i dowodem, który potwierdza informacje kuriera. Poprzez taki celowy zabieg kuriera przeciętny konsument może dojść do wniosku, że uzyskane przez niego informacje są prawdziwe, ponieważ znajdują potwierdzenie w okazywanych mu dokumentach. Co więcej, może to być dla przeciętnego konsumenta dowód wzbudzający lub zwiększający jego zaufanie do kuriera, co

w konsekwencji spowoduje, że zrezygnuje w ogóle ze sprawdzenia treści umowy i tego, w jakim kontekście wpisano w niej nazwę jego dotychczasowego dostawcy usług.

Na taki skutek uwidocznienia nazwy dotychczasowego dostawcy usług w umowach zwrócili uwagę konsumenci, podnosząc m.in., że w ten sposób uzyskali pewność co do tożsamości kuriera i tego, że reprezentuje ich dotychczasowego dostawcę usług: „Przy podpisaniu umowy na pierwszej stronie był adres Orange SA dużymi literami i to mnie zmyliło”; „Na umowie faktycznie była napisana na pierwszej stronie- dużymi literami nazwa NOVUM S.A.”; „Ja spojrzałam na umowę, gdzie dużymi literami jest napisane ORANGE POLSKA S.A. AL. JEROZOLIMSKIE 160, 02-326 WARSZAWA”; „Podał się za pracownika firmy, na pytanie, czy na pewno jest z firmy Orange, pokazał mi palcem na pierwszej stronie umowy dane wypisane dużymi drukowanymi literami: ORANGE POLSKA S.A., AL. JEROZOLIMSKIE 160, 02-326 WARSZAWA”; „Z początkiem września przyjechał do mnie pan który powiedział że jest z ORANGE w celu przedłużenia umowy na telefon dał mi jedną kartkę do podpisu pisało tam ORANGE”.

Poza tym, podobnie jak w rozmowach telefonicznych, także podczas wizyt w miejscu zamieszkania konsumentów, przedstawiciele Spółki powołują się na dobrą współpracę konsumenta z dotychczasowym dostawcą usług, jako przyczynę złożenia mu propozycji przedłużenia bądź aneksowania umowy na korzystniejszych warunkach. Odniesienie do dobrej współpracy może potwierdzić przypuszczenia przeciętnego konsumenta, że rozmawia faktycznie z przedstawicielem swojego dostawcy usług. Przeciętny konsument może uznać, że dzięki takiej współpracy może skorzystać z oferty jaką jego dostawca usług telekomunikacyjnych przygotował dla stałych klientów („Złożona oferta ta miała być nagrodą lojalnościową za długoletnią współpracę z operatorem DIALOG”; „Powiedział, że ma do podpisania dokumenty, które się wiążą z firmą Orange, bo Orange będzie zmieniał stawkę dla stałych abonentów”; „Przedstawiciel spółki twierdził, że to nowa promocja w ramach mojej umowy z Novum S.A. i że muszę podpisać dokumenty z tym związane”; „W trakcie rozmowy ww. Pan utrzymywał, że podpisanie ww. umowy jest to jedynie zmiana warunków umowy zawartej przeze mnie wcześniej z Orange i że jest ono konieczne abym mógł korzystać z usług dotychczasowego operatora w promocyjnej cenie”).

Warto także podkreślić, że w przeważającej liczbie przypadków wizyta kuriera jest poprzedzona rozmową telefoniczną. W tych przypadkach konsument uzyskał już informację o możliwości czy pewności obniżenia abonamentu od „swojego operatora” z zapowiedzią zgłoszenia się do niego osoby, w celu podpisania dokumentów niezbędnych do skorzystania z obniżki. Przybycie osoby, której wizytę zapowiedziano wcześniej jako osoby reprezentującej znanego konsumentowi operatora, która w bezpośrednim kontakcie przedstawia się jako kurier (przedstawiciel) tego podmiotu i swoim zachowaniem i przekazywanymi informacjami sugeruje, że w rzeczywistości nim jest powoduje, że stopień uwagi i ostrożności przeciętnego konsumenta może być dużo niższy niż przeciętny. Dla przeciętnego konsumenta wizyta kuriera i jej cel, tj. zmiana umowy w zakresie kwoty abonamentu, są potwierdzeniem ustaleń wynikających z rozmowy telefonicznej i logiczną konsekwencją tej rozmowy. Przeciętny konsument nie jest na tyle uważny, aby podejrzewać, że kurier może przekazywać mu nieprawdziwe informacje.

Zdaniem Prezesa Urzędu, w ustalonych okolicznościach przeciętny konsument polega w głównej mierze na informacjach ustnych, które otrzymuje bezpośrednio od osoby przebywającej w jego miejscu zamieszkania. Uwzględniając przebieg rozmowy telefonicznej z konsultantem i rozmowy z kurierem uzasadnione jest uznanie, że stopień uwagi i ostrożności przeciętnego konsumenta przy podpisywaniu umowy ze Spółką może być niższy niż przeciętny. Kierując się treścią otrzymanych do tej pory informacji przeciętny konsument może zakładać, że przekazywane mu informacje są prawdziwe. Przeciętny konsument działa w zaufaniu do kuriera. Nie jest na tyle uważny i ostrożny, aby np. zweryfikować otrzymane informacje z przedkładanymi mu do podpisu dokumentami. Dla

przeciętnego konsumenta wizyta kuriera jest potwierdzeniem ustaleń wynikających z rozmowy telefonicznej. Z tego względu jest przekonany, że jej celem jest podpisanie dokumentów zmieniających zawartą przez niego umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z dotychczasowym dostawcą usług w zakresie wysokości opłaty za abonament.

Oceniając możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta przez kuriera należy także uwzględnić krótki czas jego wizyty, podczas której dochodzi do podpisania umowy. Wizyta ta trwa średnio, w zależności od tego, czy kurier prezentuje ofertę Spółki, czy tylko odbiera podpis, kilka lub kilkanaście minut.

W opinii Prezesa Urzędu, na podstawie otrzymanych od kuriera informacji przeciętny konsument nie jest w stanie stwierdzić, że podpisując okazane dokumenty zawrze całkowicie nową umowę ze Spółką, a nie wyrazi zgodę na zmianę umowy zawartej z przedsiębiorcą, który do tej pory świadczy na jego rzecz usługi telekomunikacyjne. Przeciętny konsument nie jest w stanie zorientować się, że osoba, która przedstawia się jako przedstawiciel jego dotychczasowego „operatora”, potwierdza tę informację usuwając jego ewentualne wątpliwości w tej kwestii lub wskazuje, że jest tylko kurierem, powołuje się na treść umowy, w której na pierwszej stronie figuruje nazwa ww. przedsiębiorcy, w rzeczywistości działa w imieniu i na rzecz Spółki. Dla przeciętnego konsumenta kurier zachowuje się jak osoba reprezentująca jego dotychczasowego dostawcę usług, który składa mu propozycję zmiany umowy.

W świetle powyższego, Prezes Urzędu uznał, że przekazywane przez Spółkę informacje w rozmowach telefonicznych oraz podczas wizyt mogą wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd co do jej tożsamości oraz rzeczywistego celu wizyty kuriera i przedmiotu oferowanej mu usługi, wpływając zarazem na podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Stosownie do art. 2 pkt 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania. Nieuczciwa praktyka rynkowa polegająca na wprowadzającym w błąd działaniu nie musi finalnie prowadzić do dokonania przez przeciętnego konsumenta czynności prawnej. Decyzja dotycząca umowy, o której mowa w tej ustawie, ma szerszy zakres niż instytucja błędu uregulowana w art. 84 i nast. Kodeksu cywilnego. Elementem konstrukcyjnym decyzji konsumenta nie jest objęty sam fakt jej dokonania, czyli w analizowanym przypadku- skorzystanie z oferty i zawarcie umowy ze Spółką. Wystarczająca jest potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta.

W rozpatrywanej sprawie decyzja dotycząca umowy może polegać np. na zainteresowaniu się przeciętnego konsumenta propozycją Spółki i kontynuowaniu rozmowy telefonicznej, aby uzyskać informacje o prezentowanej ofercie, wyrażeniu zgody na wizytę kuriera w celu dopełnienia formalności niezbędnych do zmiany umowy, czy wyrażeniu zgody na przebywanie kuriera w miejscu zamieszkania konsumenta i podpisaniu umowy gwarantującej mu, jak przypuszcza, proponowaną obniżkę abonamentu. Bez znaczenia pozostaje przy tym okoliczność, czy i w jakim ewentualnie stopniu konsument może zweryfikować otrzymane informacje w inny sposób. Kluczowe znaczenie ma wewnętrzne przekonanie konsumenta i dokonany przez niego odbiór przekazu Spółki w chwili zapoznania się z nim, a zatem w chwili uzyskania zakwestionowanych informacji od jej przedstawicieli.

W opinii Prezesa Urzędu, uzasadnione jest stwierdzenie, że gdyby konsument wiedział, że informacje, które otrzymał nie są prawdziwe, tj. że w rzeczywistości przedstawiono mu ofertę Spółki, której przyjęcie oznacza zawarcie ze Spółką nowej umowy, a nie zmianę umowy zawartej z dotychczasowym dostawcą usług, nie podjąłby ww. decyzji dotyczącej umowy. W wielu skargach i pismach konsumenci podkreślili, że zdecydowali się na podpisanie dokumentów umownych tylko dlatego, że byli przekonani o tym, że jest to oferta przedsiębiorcy, z usług którego korzystają i są zadowoleni.

Przeciętny konsument zdaje sobie sprawę, że podpisanie kolejnej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, przy wiążącej go umowie z jego dotychczasowym dostawcą usług, skutkować będzie przeniesieniem jego numeru do nowego dostawcy usług. Taka decyzja może wiązać się z poniesieniem przez niego określonych kosztów na rzecz dotychczasowego dostawcy usług za jednostronne rozwiązanie umowy zawartej na czas oznaczony (tzw. opłaty wyrównawczej w kwocie nie przekraczającej wysokości przyznanej mu ulgi pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania). Z kolei, w przypadku podjęcia przez konsument decyzji o jednostronnym rozwiązaniu umowy zawartej ze Spółką, konsument będzie zobowiązany ponieść ww. koszty na rzecz Spółki (*por. np. k. 1162; § 9 ust. 5 Regulaminu- k. 1318-1320; pkt 10 roz. III umowy- k. 1361-1362 verte akt postępowania administracyjnego*). Z tych również przyczyn przeciętny konsument mógłby nie podjąć decyzji dotyczącej umowy w rozumieniu art. 2 pkt 7 ww. ustawy, gdyby wiedział, że przedstawiono mu ofertę Spółki, a nie jego dotychczasowego dostawcy usług.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że opisane działania Spółki spełniają przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Uwzględniając, że działania te naruszają także zbiorowy interes konsumentów, Prezes Urzędu przypisał Spółce stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I sentencji, nakazując Spółce zaniechanie stosowania tej praktyki.

II.

Bezprawność drugiej z zarzuconych Spółce praktyk, która dotyczy niewydawania konsumentom dokumentów umownych, wynika z naruszenia art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Ww. przepis stanowi, że 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.

Podobnie jak przy praktyce omówionej powyżej, również w niniejszym przypadku Prezes Urzędu uznał, że pomimo, iż Spółka posługuje się podmiotami trzecimi przy zawieraniu umów z konsumentami, w pełni uzasadnione jest uznanie, że niniejsza praktyka jest praktyką stosowaną przez Spółkę. Przypomnienia wymaga, że na podstawie zawartych umów partnerstwa handlowego partnerzy Spółki zostali umocowani do działania w jej imieniu i na jej rzecz. Powoduje to w konsekwencji, że w imieniu i na rzecz Spółki działają również konsultanci i kurierzy będący osobami współpracującymi z partnerami Spółki. W kontaktach z konsumentami osoby te prezentują ofertę Spółki, zmierzając do podpisania przez konsumenta umowy właśnie ze Spółką. Ww. osoby nie podejmują wobec konsumentów żadnych czynności faktycznych ani prawnych w imieniu i na rzecz partnerów.

Z uwagi na fakt, że postawiony Spółce zarzut, tak jak omówiony powyżej, dotyczy stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej, aktualne pozostają rozważania prawne przedstawione w pkt I niniejszego pisma w zakresie ustawowych definicji: praktyki rynkowej, przeciętnego konsumenta oraz decyzji dotyczącej umowy.

Jak już podkreślono, działania Spółki polegające na zawieraniu z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych stanowią praktykę rynkową w rozumieniu w rozumieniu art. 2 pkt 4 powołanej ustawy. Powyżej zaznaczono również, że ocena praktyki rynkowej pod kątem jej nieuczciwości dokonywana jest z perspektywy przeciętnego konsumenta. W rozpatrywanej sprawie, tak jak w przypadku praktyki omówionej wcześniej, ocena praktyki Spółki dokonana zostanie z punktu widzenia przyjętego modelu przeciętnego konsumenta, tj. osoby dostatecznie dobrze poinformowanej, uważnej i ostrożnej przy zawieraniu umów i zapoznaniu się z otrzymanymi od przedsiębiorcy informacjami, przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych charakterystycznych dla polskiego konsumenta.

Pojęcie dobrych obyczajów, którym posługuje się art. 4 ust. 1 ww. ustawy, nie zostało zdefiniowane w prawie, niemniej jednak, podobnie jak zasady współżycia społecznego, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań doktryny. Wskazuje się w nich z reguły, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etyczno- moralnym, na których treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne, stanowiące uzupełnienie porządku prawnego.

Dobre obyczaje pojmowane są jako reguły postępowania zgodne z etyką, moralnością i aprobowanymi społecznie obyczajami. Istotą tego pojęcia jest szeroko rozumiany szacunek dla drugiego człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się właściwym informowaniem o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniem uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniem partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności (por. wyroki Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- dalej: SOKiK z dnia: 23 lutego 2006r. sygn. akt XVII AmA 118/04 i 14 grudnia 2006r. sygn. akt XVII AmC 152/05. Chodzi więc o działania potocznie określane jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające *in minus* od przyjętych standardów postępowania (por. K. Pietrzykowski (red.), Kodeks cywilny. Komentarz. Warszawa 2002, str. 804; wyrok SOKiK z dnia 4 września 2012r. sygn. akt XVII AmC 5500/11).

Nieodzwonne jest zwrócenie uwagi, że dobre obyczaje odczytuje się najczęściej w ujęciu ekonomiczno- funkcjonalnym, przywiązującym wagę nie do przestrzegania dobrych obyczajów „w ogóle”, lecz do zachowania przedsiębiorców w działalności gospodarczej, odchodząc od dokonywania oceny z punktu widzenia ogólnych zasad etyczno- moralnych, gdzie istotne kryterium stanowiło poczucie godności ogółu ludzi myślących sprawiedliwie i słusznie. Obecnie dobre obyczaje to normy moralne i zwyczajowe stosowane w działalności gospodarczej (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 15 września 2009r. sygn. akt I ACa 422/09, wyrok Sądu Najwyższego z dnia 26 września 2002r. sygn. akt III CKN 213/01).

W wyroku z dnia 19 marca 2013r. sygn. akt XVII AmC 5929/11 SOKiK uznał na przykład, że dobre obyczaje to w szczególności normy postępowania polegające na nienadużywaniu w stosunku do słabszego uczestnika obrotu posiadanej przewagi ekonomicznej. Warto też podkreślić, że oceniając zgodność działania z dobrymi obyczajami należy mieć na względzie przede wszystkim cel, jaki przedsiębiorca zamierza osiągnąć swoim działaniem lub zaniechaniem (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 20 listopada 2009r. sygn. akt VI ACa 539/09). W ocenie Prezesa Urzędu, celem zakwestionowanej praktyki Spółki może być niedopuszczenie do odstąpienia konsumenta

od zawartej z nią umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia.

Uwzględniając, że dobre obyczaje są pozaprawnymi normami postępowania o charakterze moralnym i zwyczajowym, nie da się określić ich zamkniętego katalogu ani wskazać wyczerpująco ich treści. Ustalenie, czy dane zachowanie przedsiębiorcy narusza dobre obyczaje może nastąpić dopiero w konkretnej sprawie, po przeanalizowaniu jej okoliczności faktycznych i dokonaniu oceny konkretnego zachowania z punktu widzenia ukształtowanej, uczciwej postawy przedsiębiorcy wobec konsumenta. Z uwagi na postawiony Spółce zarzut, tego rodzaju ustalenia muszą być poczynione w rozpatrywanej sprawie.

Bezsporne jest, że Spółka zawiera umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z konsumentami głównie za pośrednictwem działających w jej imieniu i na jej rzecz kurierów, współpracujących z jej partnerami handlowymi. Umowy zawierane są w miejscu zamieszkania konsumentów. Ze skarg i pism konsumentów wynika, że w licznych przypadkach po złożeniu przez konsumenta podpisu na okazanych dokumentach, kurierzy nie wydają konsumentowi żadnych dokumentów dotyczących zawartej umowy, tj. ani umowy, ani żadnego z jej załączników (jednym z nich jest, jak zaznaczyła Spółka, pouczenie o odstąpieniu od umowy). W tych przypadkach konsument nie otrzymuje także potwierdzenia zawarcia umowy. Kurierzy wskazują np., że wszystkie dokumenty konsument otrzyma później pocztą bądź, że przeznaczone dla konsumenta dokumenty zostaną odesłane po ich podpisaniu przez drugą stronę. Zazwyczaj konsument dowiaduje się, że zawarł umowę ze Spółką dopiero po otrzymaniu od Spółki pierwszej faktury lub przesłaniu aparatu telefonicznego, niezbędnego do korzystania z jej usług. Jeżeli konsument kwestionuje następnie niedoręczenie dokumentów umownych bądź występuje do Spółki o ich dostarczenie, Spółka przesyła konsumentowi kopię umowy, potwierdzoną za zgodność z oryginałem.

W wielu skargach i pismach konsumenci zarzucili Spółce zaniechanie w dostarczeniu dokumentów umownych, podnosząc m.in. „W dniu, w którym podpisałem umowę, Wasz przedstawiciel nie pozostawił mi kopii podpisanego dokumentu. Nie miałem więc możliwości zapoznania się z treścią umowy”; „Po rozmowie ten Pan wyszedł i nic nie zostawił, nie zostawił żadnych dokumentów. Było za późno jak się zorientowałam, że nic mi nie zostawił”; „Kurier zabrał wszystkie dokumenty nie zostawiając mi żadnej kopii umowy ani chociaż potwierdzenia. Po upływie miesiąca (26.10.2015r.) od podpisanej umowy kurier dostarczył mi aparat telefoniczny [...] oraz kopię mojej umowy (z pieczętką ZA POTWIERDZENIEM Z ORYGINAŁEM) [...]. Dopiero wtedy zorientowałam się iż zostałam oszukana i podpisała umowę z firmą PGT S.A., a nie Orange!”; „W dniu podpisania umowy nie pozostawiono mi żadnych dokumentów, abym mogła się z nimi zapoznać [...]. Nie pozostawiono mi oryginału podpisanej umowy [...]. Ksero dotarło do mnie po 6 maja 2016r.”; „Ja nie otrzymałam żadnej umowy z PGT”; „Kurier [...] zabrał wszystkie dokumenty”.

W ocenie Prezesa Urzędu, niewydanie konsumentom dokumentów umownych po zawarciu umowy lub potwierdzenia zawarcia umowy może naruszać dobre obyczaje wyrażające się w nakazie rzetelnego traktowania konsumentów w procesie zawierania umowy. Dobre obyczaje w relacjach Spółki z konsumentami nakazują, aby jej kontrahenci otrzymali wszystkie dokumenty dotyczące nawiązanego z nią stosunku umownego, które określają strony tego stosunku, jego przedmiot oraz zakres. Wydanie dokumentów umownych po podpisaniu umowy należy uznać za dobry obyczaj gwarantujący w istocie konsumentowi prawo do rzetelnej informacji, jakiej udzielić powinien mu jego kontrahent, będący profesjonalistą. W przypadku każdej umowy, zwłaszcza w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa czy na odległość, istotne jest, aby konsument

dysponował dokumentem lub dokumentami, które potwierdzają zawarcie przez niego umowy oraz ustalone warunki tej umowy. Tylko wówczas konsument otrzymuje pełną i jednoznaczną informację o wszystkich postanowieniach zawartej umowy oraz wynikających z niej prawach i obowiązkach stron umowy, w szczególności tym, czy przysługuje mu prawo do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia. Posiadając ww. dokumenty przeciętny konsument może bez przeszkód ustalić treść umowy przez cały okres jej obowiązywania czy zweryfikować ewentualne wątpliwości jakie pojawiają się w toku wykonywania umowy. Dzięki posiadaniu ww. dokumentów przeciętny konsument może wyeliminować swoje wszelkie wątpliwości zarówno w odniesieniu do samego faktu, jak i warunków dokonanej czynności prawnej.

W ustalonych okolicznościach niewydanie konsumentowi dokumentu umowy i załączników, względnie potwierdzenia zawarcia umowy, może pozbawiać konsumenta informacji co do tego z kim i na jakich warunkach zawarł umowę, w szczególności tego, że zmienił dostawcę usług telekomunikacyjnych. Biorąc pod uwagę przebieg wizyty kuriera i udzielane przez niego informacje, nie może budzić wątpliwości, że wydanie ww. dokumentów umożliwiłoby przeciętnemu konsumentowi przede wszystkim ustalenie tożsamości Spółki, czyli dostawcy usług, z którym faktycznie zawarł umowę. Dzięki tym dokumentom przeciętny konsument mógłby poznać też szczegółowe warunki, na jakich Spółka świadczy usługi, związane choćby z koniecznością posługiwania się przez określony okres tzw. numerem tymczasowym. Nie otrzymując ww. dokumentów, a jednocześnie kierując się informacjami udzielonymi przez konsultantów i kurierów co do zmiany umowy z dotychczasowym dostawcą usług, przeciętny konsument może jednak w ogóle nie mieć świadomości, że zawarł umowę ze Spółką. Tym samym może nie mieć żadnych możliwości zidentyfikowania Spółki jako swojego nowego dostawcy usług. Wydanie konsumentowi załącznika w postaci tzw. pouczenia o prawie odstąpienia od umowy pozwoliłoby mu natomiast na bezpośrednie ustalenie, że przysługuje mu prawo odstąpienia od zawartej ze Spółką umowy. Dzięki temu przeciętny konsument mógłby też ustalić, w jaki sposób może z tego prawa skorzystać i jakie są skutki odstąpienia od umowy.

Dlatego Prezes Urzędu stwierdził, że niedoręczenie ww. dokumentów może utrudniać przeciętnemu konsumentowi skorzystanie z prawa odstąpienia od umowy, przyznanego mu na podstawie art. 27 ustawy z dnia 30 maja 2014r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014r. poz. 827). Przepis ten stanowi, że konsument, który zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, z wyjątkiem kosztów określonych w art. 33, art. 34 ust. 2 i art. 35. W pierwszej kolejności niewydanie przez kuriera dokumentów umownych, w tym wskazanego przez Spółkę załącznika w postaci pouczenia o prawie odstąpienia od umowy, może co najmniej utrudnić przeciętnemu konsumentowi ustalenie, czy prawo to mu przysługuje. Jest to o tyle ważne, że na podstawie informacji otrzymanych od konsultanta i kuriera przeciętny konsument jest przekonany, że jedynie zmienił umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartą z dotychczasowym dostawcą usług. Nie otrzymując ani umowy, ani ww. załącznika przeciętny konsument nie ma żadnego dokumentu, z którego mógłby się dowiedzieć, czy i w jaki sposób może skorzystać z prawa odstąpienia od umowy.

Zaniechanie Spółki może także uniemożliwić przeciętnemu konsumentowi ustalenie, od kiedy biegnie termin do odstąpienia od umowy. Zgodnie z art. 28 pkt 1 i 2 powołanej ustawy, bieg terminu do odstąpienia od umowy rozpoczyna się dla umowy, w wykonaniu której przedsiębiorca wydaje rzecz, będąc zobowiązany do przeniesienia jej własności- od objęcia rzeczy w posiadanie przez konsumenta, a dla pozostałych umów- od dnia zawarcia umowy. Nie posiadając dokumentów umownych przeciętny konsument może nie być w stanie stwierdzić, czy termin odstąpienia od umowy jest dla niego nadal otwarty, czy już upłynął. Zaniechanie Spółki może zatem co najmniej utrudnić przeciętnemu konsumentowi skorzystanie z prawa odstąpienia od zawartej ze Spółką umowy, istotnie je ograniczając.

Na taki skutek praktyki Spółki zwrócono uwagę w otrzymanych przez Prezesa Urzędu skargach i pismach, z których wynika, że niewydanie dokumentów umownych uniemożliwiło konsumentom odstąpienie od umowy w ustawowym terminie („Wysłanie umowy podpisanej przez PGT S.A. oraz potwierdzonej za zgodność z oryginałem po upływie 14 dni przeznaczonym na odstąpienie od umowy, przesądziło o niemożliwości odstąpienia od niej w terminie późniejszym”; „Po upływie miesiąca (26.10.2015r.) od podpisanej umowy kurier dostarczył mi aparat telefoniczny [...] oraz kopię mojej umowy z pieczętką ZA POTWIERDZENIEM Z ORYGINAŁEM [...]. Niestety teraz wiem, że niezostawienie podpisanej umowy było celowym działaniem tej firmy abym nie mogła rozwiązać umowy w regulaminowych 14 dniach”).

Z ww. względów Prezes Urzędu uznał, że praktyka Spółki jest sprzeczna z dobrymi obyczajami.

Zarzucona Spółce praktyka może w istotny sposób zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta na etapie kontraktowania i po zawarciu umowy, w szczególności w zakresie prawa odstąpienia od umowy. Wskutek niewydania ww. dokumentów przeciętny konsument może przede wszystkim nie wiedzieć, że faktycznie zawarł nową umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych, a nie zmienił warunki umowy wiążącej go z dotychczasowym dostawcą usług. Dlatego może też nie być w stanie zidentyfikować- w okresie biegu terminu do odstąpienia od umowy- podmiotu, z którym zawarł umowę i któremu powinien złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy. Przeciętny konsument może ponadto nie wiedzieć, czy termin odstąpienia od umowy nadal dla niego biegnie, czy już upłynął. Takie zniekształcenie świadomości przeciętnego konsumenta może powodować, że zrezygnuje z przysługującego mu prawa i nie odstąpi od zawartej ze Spółką umowy bądź nie podejmie działań mających na celu wyjaśnienie ze Spółką sytuacji, w jakiej się znalazł, podpisując okazane mu przez kuriera dokumenty.

W opinii Prezesa Urzędu, na ocenę praktyki Spółki nie wpływa fakt, że w umowach zamieszczono oświadczenie konsumenta, potwierdzające otrzymanie przy zawarciu umowy jej podpisanego egzemplarza oraz załączników (części I umowy- Oświadczenie abonenta). Podpisanie tego oświadczenia jak i samej umowy nie oznacza, że kurier faktycznie pozostawił w konkretnym przypadku ww. dokumenty konsumentowi. Jak wynika z dokonanych ustaleń, w procesie zawierania umów konsumenci składają co najmniej kilka podpisów na przedkładanych im dokumentach, co nie jest równoznaczne z ich wydaniem konsumentowi.

Na przypisanie Spółce omawianej praktyki nie wpływa również załączenie do akt sprawy licznych kopii umów, przekazanych bezpośrednio przez konsumentów, które potwierdzają fakt otrzymania przeznaczonych do nich egzemplarzy umów. Ilość przypadków, w których konsument nie otrzymał dokumentów umownych ani potwierdzenia zawarcia umowy dowodzi bowiem, że zaniechanie to może być celowe.

W konsekwencji Prezes Urzędu stwierdził, że Spółka stosuje nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Naruszenie przez Spółkę również zbiorowych interesów konsumentów skutkuje uznaniem, że Spółka stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów określoną w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Prezes Urzędu orzekł zatem jak w pkt II sentencji, nakazując Spółce zaniechanie stosowania ww. praktyki.

III.

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy. Art. 106 ust. 3 ww. ustawy, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje m.in. w pkt 1, że obrót oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat- w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości. Art. 106 ust. 5 ustawy stanowi przy tym, że w przypadku gdy przedsiębiorca w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary nie osiągnął obrotu lub osiągnął obrót w wysokości nieprzekraczającej równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną na podstawie ust. 1 uwzględnia średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary.

Z informacji Spółki potwierdzonych rachunkiem zysków i strat wynika, że jej obrót w 2015r. wyniósł [usunięto] zł, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2015r., tj. 4,2615 zł, stanowi [usunięto] euro po zaokrągleniu (stosownie do art. 5 powołanej ustawy, przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok nałożenia kary). Obrót Spółki w 2015r. jest więc wyższy niż 100.000 euro, co uzasadnia zastosowanie przy nałożeniu na Spółkę kary pieniężnej art. 106 ust. 1 ustawy, bez odniesienia do szczegółowych zasad ustalania wysokości kary przewidzianych w ust. 5 tego przepisu, mającego zastosowanie wówczas, gdy obrót przedsiębiorcy nie przekracza wartości 100.000 euro.

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu. Należy zwrócić uwagę, że przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie określają jakichkolwiek przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 ustawy te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy).

Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 ustawy, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonanym naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

Zdaniem Prezes Urzędu, okoliczności niniejszej sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Spółce praktyki i ich możliwe negatywne skutki w sferze pozaekonomicznych

i ekonomicznych interesów konsumentów, wskazują na celowość zastosowania wobec Spółki tego środka represji.

Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje na umyślne naruszenie przez Spółkę zakazu wyrażonego w art. 24 ustawy. W opinii Prezesa Urzędu, przekazywane konsumentom podczas rozmów telefonicznych i wizyt nieprawdziwe informacje o tożsamości Spółki czy rzeczywistym celu wizyty kuriera i przedmiocie oferowanej usługi, świadczą o zamiarze Spółki wykorzystania mylnego przekonania konsumentów dla pozyskania jak największej liczby klientów. W ten sposób Spółka zamierza uzyskać maksymalne zyski z zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Spółka musi zdawać sobie sprawę, choćby z uwagi na otrzymywane skargi konsumentów i podejmowane wobec niej działania rzeczników konsumentów oraz innych organów, że ww. informacje nie są prawdziwe. Spółka wie zatem, że osiąga korzyści majątkowe wskutek wprowadzenia konsumentów w błąd. Dlatego nie ma podstaw do przyjęcia, że Spółka nie jest świadoma tego, jak działają jej partnerzy. Podkreślenia przy tym wymaga, że Spółka nie zmieniła swoich praktyk pod wpływem otrzymywanych z wielu źródeł sygnałów o negatywnych skutkach tych praktyk dla interesów konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu, nie można uznać, że działania Spółki wobec konsumentów są przypadkowe. Wręcz przeciwnie, są przemyślane i świadczą o prowadzeniu szkoleń konsultantów i kurierów lub udzielaniu im określonych wytycznych. Osoby te są przygotowane do tego, aby tak prowadzić rozmowę z konsumentem, żeby nie ujawnić tożsamości Spółki, ale wywołać błędne przekonanie rozmówcy, że prezentowana oferta pochodzi od jego dotychczasowego dostawcy usług, a podpisanie przedłożonych dokumentów doprowadzi tylko do zmiany umowy z dotychczasowym dostawcą usług. Należy przy tym wskazać, że wykorzystując uprawnienia wynikające z umów partnerstwa Spółka mogła i może aktywnie wpływać na proces zawierania umów z konsumentami przez jej partnerów.

Podobnie, nie sposób uznać, że niewydanie konsumentom dokumentów umownych po podpisaniu umowy, nie wynika ze świadomych, celowych działań Spółki ukierunkowanych na utrzymanie w mocy zawartej umowy, tj. niedopuszczenie do skorzystania przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy. Spółka wie, jaki wpływ jej zaniechanie ma na prawo konsumenta do odstąpienia od umowy, ponieważ otrzymuje skargi konsumentów i interwencje rzeczników konsumentów w tym zakresie. Spółka ma świadomość, że poprzez niewydanie dokumentów umownych może co najmniej utrudnić konsumentowi skorzystanie z tego prawa, np. poprzez niemożność ustalenia terminu do odstąpienia od umowy i kontrahenta, z którym faktycznie zawarł umowę. Uwzględniając ww. okoliczności nie ma podstaw do stwierdzenia, że Spółka naruszyła tylko zasady ostrożności w relacjach z konsumentami.

1.

Praktyka z **pkt I** sentencji decyzji polega na przekazywaniu konsumentom nieprawdziwych informacji o tożsamości Spółki w rozmowach telefonicznych oraz przedmiocie oferowanej im usługi lub rzeczywistym celu wizyty przedstawiciela Spółki podczas zawierania umowy w miejscu zamieszkania konsumentów. Praktyka ta ujawnia się na etapie poprzedzającym zawarcie umowy oraz na etapie kontraktowania.

Z poczynionych ustaleń wynika, że omawiana praktyka ma charakter długotrwały. Spółka stosuje ją przez okres dłuższy niż 1 rok. Pierwsze informacje o zakwestionowanych działaniach Spółki dotyczą umów zawartych przez nią z konsumentami w październiku 2014r.

Przy analizie stopnia szkodliwości tej praktyki oraz jej skutków rynkowych Prezes Urzędu uwzględnił, że poprzez przekazywanie ww. nieprawdziwych informacji Spółka narusza podstawowy obowiązek informacyjny względem konsumenta, pozbawiając go informacji o tym, z kim zawiera umowę. W ten sposób Spółka może wprowadzać

konsumentów w błąd co do jej tożsamości, czyli tożsamości dostawcy usług, który proponuje konsumentom zawarcie nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, a w konsekwencji tego, co jest przedmiotem tej umowy. Pod wpływem błędnych sugestii Spółki przeciętny konsument może podjąć decyzję dotyczącą umowy, której nie podjąłby, gdyby wiedział, od kogo w rzeczywistości pochodzi prezentowana oferta i jaki jest przedmiot zawieranej umowy. Uzyskując rzetelne informacje podczas rozmowy telefonicznej, przeciętny konsument mógłby nie wyrazić zgody na wizytę przedstawiciela Spółki wiedząc, że nie jest zainteresowany zmianą dostawcy usług. Przekazanie rzetelnych informacji o przedmiocie umowy podczas wizyty przedstawiciela Spółki mogłoby natomiast spowodować, że konsument nie podpisałby okazywanych mu dokumentów.

Negatywny aspekt ww. praktyki podkreślono w licznych skargach konsumenckich, które otrzymał Prezes Urzędu. Praktycznie w każdej skardze konsumenci zwrócili uwagę na określony sposób zachowania przedstawicieli Spółki oraz zakres i treść przekazywanych informacji, których celem- jak zauważyli konsumenci- było wywołanie ich błędnego przekonania o otrzymaniu propozycji obniżenia abonamentu od dotychczasowego dostawcy usług telekomunikacyjnych i możliwości zawarcia z nim umowy na korzystniejszych, niż dotychczasowe, warunkach. Konsumenci wskazali, że byli zapewniani, często wielokrotnie, że rozmawiają z przedstawicielem swojego dotychczasowego dostawcy usług, który przygotował dla nich korzystną finansowo ofertę i nie mieli podstaw, by nie wierzyć osobom, które nawiązały z nimi kontakt telefoniczny a następnie dostarczyły im dokumenty do podpisu.

Zdaniem Prezesa Urzędu, o wysokim stopniu szkodliwości tej praktyki świadczą także jej dalsze, negatywne skutki, przejawiające się m.in. w konieczności podjęcia przez konsumenta, który wbrew swojej woli zawarł ze Spółką umowę pod wpływem ww. nieprawdziwych informacji, działań w celu wyjaśnienia zaistniałej sytuacji ze Spółką i dotychczasowym dostawcą usług. Należy zauważyć, że właściwie w każdej skardze otrzymanej przez Prezesa Urzędu konsumenci poinformowali, że o facie zawarcia umowy ze Spółką dowiedzieli się dopiero w chwili, gdy dotychczasowy dostawca usług telekomunikacyjnych zaprzestał ich świadczenia, czyli wyłączył ich dotychczasowy numer telefonu. Jak podkreślili konsumenci, dopiero wtedy mogli podjąć określone działania wobec Spółki. Niewątpliwie taka sytuacja może powodować u konsumentów zdenerwowanie i dezorientację, pozbawiając ich poczucia pewności co do tego z kim i jakiej w rzeczywistości czynności prawnej dokonali oraz jakie są jej skutki. Może też wymagać podjęcia kolejnych działań przez konsumentów, np. poszukiwania osób mogących udzielić im pomocy prawnej, aby skutecznie dowodzić swoich racji i wykazać bezzasadność stanowiska Spółki powołującej się na fakt zawarcia ważnej umowy (z dokumentów przedłożonych przez konsumentów wynika, że Spółka nie uznaje wyjaśnień konsumentów podnosząc, że w procesie zawierania umowy nie zostali wprowadzeni w błąd i zawarli ważne umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych).

Zakwestionowana praktyka może jednocześnie wywierać wpływ na konkretne decyzje konsumentów o zawarciu umowy ze Spółką, tj. zmianie dostawcy usług, z czym wiązać mogą się określone skutki finansowe. Jeżeli bowiem umowa konsumenta z dotychczasowym dostawcą usług jest umową zawartą na czas oznaczony, której termin jeszcze nie upłynął, a konsument zdecyduje o jej jednostronnym rozwiązaniu, będzie co do zasady zobowiązany do zwrotu kosztów udzielonych mu przez tego przedsiębiorcę ulg. W przypadku rozwiązania w ten sposób umowy zawartej na czas oznaczony ze Spółką, konsument będzie zobowiązany do poniesienia tych opłat na rzecz Spółki. Praktyka Spółki może tym samym wywierać, poza skutkami o charakterze niemajątkowym, bezpośrednie i dotkliwe skutki także w sferze ekonomicznych interesów konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. przesłanki świadczą o wysokim stopniu szkodliwości przypisanej Spółce praktyki.

Ww. przesłanki przesądziły o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto] % obrotu Spółki w 2015r., tj. [usunięto] zł po zaokrągleniu.

W procesie kalkulacji kary Prezes Urzędu wziął także pod uwagę następujące okoliczności obciążające: umyślność działania Spółki oraz znaczny zasięg terytorialny naruszenia. Powyżej wskazano, że praktyka Spółki wynika z zamiaru wprowadzenia konsumentów w błąd i pozyskania w ten sposób jak największej liczby klientów. Z kolei uwzględnienie drugiej okoliczności obciążającej jest skutkiem prowadzenia przez Spółkę działalności gospodarczej na terenie całego kraju. Z ww. przyczyn Prezes Urzędu podwyższył kwotę bazową kary o [usunięto] %, do kwoty 986.506 zł po zaokrągleniu.

Prezes Urzędu nie dopatrył się w niniejszej sprawie żadnych okoliczności łagodzących, które uzasadniałyby zmniejszenie wysokości kary. Należy w szczególności zauważyć, że Spółka nie zaprzestała stosowania zarzuconej jej praktyki.

Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyki stwierdzonej w pkt I sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 986.506 zł.

2.

Praktyka z **pkt II** sentencji decyzji polega na niewydawaniu konsumentom dokumentów umownych lub potwierdzenia zawarcia umowy. Prezes Urzędu uznał, że zaniechanie Spółki może utrudniać konsumentom skorzystanie z prawa odstąpienia od umowy. Ww. praktyka dotyczy etapu zawierania kontraktu, ale z uwagi na jej możliwe skutki istotnie wpływa też na wykonanie kontraktu.

Ważąc kwotę kary Prezes Urzędu uwzględnił długotrwały okres stosowania przypisanej Spółce praktyki, który przekroczył 1 rok. Pierwsze sygnały od konsumentów wskazujące na zaniechanie Spółki odnoszą się do umów zawartych w październiku 2014r.

Praktyka Spółki godzi w prawo konsumentów do otrzymania dokumentów umownych po zawarciu umowy. W konsekwencji, godzi również w niezwykle istotne dla konsumenta prawo do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Podkreślenia wymaga, że prawo odstąpienia konsumenta od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa jest jednym z najważniejszych uprawnień konsumenta, który poprzez skorzystanie z niego może zerwać nawiązany z przedsiębiorcą stosunek umowny, co do zasady bez żadnych kosztów (z wyjątkiem kosztów dostarczenia rzeczy). Warto też wskazać, że przepisy przyznające konsumentowi prawo odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa obowiązują od wielu lat. Przed wejściem w życie przepisów obowiązującej obecnie ustawy o prawach konsumenta, prawo to przewidziane było w przepisach ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (t.j. Dz.U. z 2012r. poz. 1225).

Powyżej wskazano, że w przypadku każdej umowy, zwłaszcza w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa czy na odległość, ważne jest, aby konsument dysponował dokumentem lub dokumentami, które potwierdzają zawarcie przez niego umowy oraz ustalone warunki tej umowy. Tylko wówczas konsument otrzymuje bowiem pełną i jednoznaczną informację o wszystkich postanowieniach zawartej umowy oraz wynikających z niej prawach i obowiązkach stron umowy, w szczególności tym, czy przysługuje mu prawo do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny, w terminie 14 dni od dnia jej zawarcia.

W ustalonych okolicznościach niewydanie konsumentowi dokumentu umowy i załączników, względnie potwierdzenia zawarcia umowy, może pozbawiać konsumenta informacji co do tego z kim i na jakich warunkach zawarł umowę. Może tym samym

uniemożliwić konsumentowi ustalenie, czy i jakiemu podmiotowi może złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy. Zdaniem Prezesa Urzędu, negatywny wymiar ww. praktyki wzmacniają wcześniejsze, zakwestionowane powyżej działania Spółki. Pozostając w błędzie co do podmiotu, z którym konsument podpisał umowę i nie posiadając jakiegokolwiek dokumentu potwierdzającego fakt zawarcia umowy, konsument nie jest w stanie ustalić, że nawiązał stosunek umowny właśnie ze Spółką, a nie- jak go zapewniono- jedynie zmienił warunki umowy zawartej z dotychczasowym dostawcą usług na korzystniejsze. W ocenie Prezesa Urzędu, szczególnie negatywny skutek ma fakt, że nie otrzymując załącznika do umowy w postaci pouczenia o prawie odstąpienia od umowy, przeciętny konsument może w ogóle nie wiedzieć, że takie prawo mu przysługuje. Ponadto, może też nie mieć żadnych możliwości ustalenia, czy upłynął już lub nie termin, w którym może odstąpić od umowy bez ponoszenia kosztów. Wskutek stosowanej przez Spółkę praktyki konsument może więc kontynuować umowę ze Spółką wbrew swojej woli. Dlatego zaniechanie Spółki może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta na etapie zawierania umowy i po jej zawarciu, utrudniając konsumentowi odstąpienie od zawartej ze Spółką umowy. Na taki skutek zaniechania Spółki zwróciło uwagę wielu konsumentów, którzy złożyli skargi podnosząc, że brak dokumentów umownych spowodował, że nie byli w stanie ustalić tożsamości Spółki i skorzystać z prawa odstąpienia od umowy. Z tych względów praktyka Spółki może wywierać negatywny wpływ także na ekonomiczne interesy konsumentów.

W opinii Prezesa Urzędu, ww. okoliczności świadczą o wysokim stopniu szkodliwości praktyki Spółki i uzasadniają ustalenie kwoty bazowej kary na poziomie [usunięto]% obrotu Spółki w 2015r., tj. [usunięto] zł po zaokrągleniu.

W niniejszej sprawie, tak jak w przypadku praktyki omówionej powyżej w pkt 1, Prezes Urzędu uznał za okoliczności obciążające, wpływające na podwyższenie ustalonej kwoty bazowej kary: umyślność naruszenia oraz jego znaczny zasięg terytorialny. Jak już zaznaczono, zamiarem Spółki jest niedopuszczenie do odstąpienia konsumenta od zawartej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Znaczny zasięg terytorialny naruszenia wynika natomiast z faktu prowadzenia przez Spółkę działalności na obszarze całego kraju. Uwzględniając ww. okoliczności Prezes Urzędu podwyższył kwotę bazową kary o [usunięto]%, do kwoty 986.506 zł po zaokrągleniu.

Prezes Urzędu uznał, że w niniejszym przypadku nie ma podstaw do zmniejszenia ustalonej kwoty bazowej. Nie ma bowiem żadnych okoliczności łagodzących, które uzasadniałyby jej obniżenie.

Ostatecznie za stosowanie praktyki wskazanej w pkt II sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 986.506 zł.

Zdaniem Prezesa Urzędu, nałożone na Spółkę kary są adekwatne do okoliczności, a także okresu, stopnia i skutków rynkowych stwierdzonych naruszeń przepisów ustawy. Kary te pełnią funkcję represyjną, stanowiąc sankcję i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy oraz prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu przez Spółkę. Nie bez znaczenia jest również ich walor wychowawczy, odstraszaający innych przedsiębiorców świadczących usługi telekomunikacyjne przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51101010100078782231000000.

IV.

Art. 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje, że jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy,

przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest zobowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 powołanej ustawy, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie.

Należy zauważyć, że ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera wyczerpujących regulacji dotyczących rozstrzygnięcia o kosztach postępowania. Art. 83 ww. ustawy stanowi jednak, że w sprawach nieuregulowanych w ustawie do postępowania przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy ustawy z dnia 14 czerwca 1960r.- Kodeks postępowania administracyjnego. Stosownie do art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego, jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Do kosztów przeprowadzonego postępowania w niniejszej sprawie zaliczono poniesione koszty doręczenia pism Spółce w wysokości 161,20 zł.

Ww. koszty należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji na podany powyżej rachunek bankowy.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zw. z art. 479²⁸ § 2 Kodeksu postępowania cywilnego- od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt IV sentencji decyzji, na podstawie art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w zw. z art. 83 i art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479³² § 1 i § 2 Kodeksu postępowania cywilnego, Spółce przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie- Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury UOKiK w Poznaniu
Jarosław Krüger