



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**
TOMASZ CHRÓSTNY

Warszawa, 14 października 2021 r.

DOZIK-61-9/15/MN/AKr/AMar

Wersja jawna
(tajemnice przedsiębiorstwa i inne informacje prawnie chronione oznaczono [***])

DECYZJA NR DOZIK 8/2021

I.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tj.: Dz. U. 2015 r. poz. 184) i w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r. poz. 1634), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy Telekomunikacja dla Domu spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dalej również jako: „Przedsiębiorca”, „Spółka” lub „TDD”) polegające na wprowadzającym w błąd informowaniu lub nieinformowaniu konsumentów, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, o:

1. tożsamości Przedsiębiorcy składającego propozycję zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych poprzez:
 - a. niepodawanie nazwy oraz adresu Przedsiębiorcy, co narusza art. 6 ust. 1, ust. 3 pkt 1 oraz ust. 4 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 1206 ze zm.),
 - b. niezgodne z prawdą podawanie się za dotychczasowego dostawcę usług telekomunikacyjnych, z którego usług korzysta konsument, co narusza art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 6 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 1206 ze zm.),

oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i stwierdza zaniechanie ich stosowania z dniem 1 kwietnia 2017 r.



2. okolicznościach złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych poprzez:

a. nieujawnianie handlowego celu praktyki polegającej na zawieraniu przez konsumenta umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z innym dostawcą usług niż ten, z którego usług dotychczas korzysta konsument, co może wiązać się z rozwiązaniem umowy z dotychczasowym dostawcą usług, co narusza art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 1206 ze zm.),

b. niezgodne z prawdą twierdzenia osób reprezentujących Przedsiębiorcę co do:

- możliwości uzyskania przez konsumenta szczególnej korzyści cenowej,
- konieczności podpisania przez konsumenta doręczanych mu dokumentów z uwagi na zmianę sytuacji prawnej lub faktycznej dotychczasowego dostawcy usług,
- konieczności uzupełnienia przez konsumenta dokumentacji abonenckiej,

co narusza art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 5 i 6 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 1206 ze zm.),

oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i stwierdza zaniechanie ich stosowania z dniem 1 kwietnia 2017 r.

3. wysokości opłat abonamentowych poprzez nieprzekazywanie konsumentom informacji, że podawana w trakcie składania propozycji zawarcia umowy obniżona kwota abonamentu obowiązuje jedynie przez pierwsze dwa okresy rozliczeniowe, a nie przez cały czas trwania umowy zawartej na warunkach promocyjnych, oraz poprzez niezamieszczanie w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych wysokości opłat miesięcznych, które konsument zobowiązany jest ponieść na podstawie zawartej umowy, co narusza art. 6 ust. 1, ust. 3 pkt 1 oraz ust. 4 pkt 3 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 1206 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i stwierdza zaniechanie ich stosowania z dniem 1 kwietnia 2017 r.

II.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tj. Dz. U. 2015 r. poz. 184) i w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r., poz. 1634), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy Telekomunikacja dla Domu spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie polegające na utrudnianiu konsumentom skorzystania z prawa odstąpienia od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej z Przedsiębiorcą poprzez:

1. nieinformowanie konsumentów o prawie odstąpienia od umowy,
2. niewydawanie wzoru odstąpienia od umowy,

co narusza art. 6 ust. 1, ust. 3 pkt 1 oraz ust. 4 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 1206 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i stwierdza zaniechanie ich stosowania z dniem 1 kwietnia 2017 r.

III.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tj. Dz. U. 2015r. poz. 184) i w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r. poz. 1634), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy Telekomunikacja dla Domu spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie polegające na niewydawaniu konsumentom pełnej dokumentacji umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub potwierdzeń zawarcia tej umowy, co narusza art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 1206 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 1 kwietnia 2017 r.

IV.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 w związku z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tj. Dz. U. 2015 r. poz. 184) i w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r. poz. 1634), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów** działania przedsiębiorcy Telekomunikacja dla Domu spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie polegające na żądaniu od konsumentów zapłaty za dodatkowe usługi realizowane w związku z umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych, które nie zostały zamówione przez konsumentów, co narusza art. 9 pkt 6 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 1206 ze zm.) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 1 kwietnia 2017 r.

V.

Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 106 ust. 5 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tj. Dz. U. 2015 r. poz. 184) w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r. poz. 1634), Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada** na przedsiębiorcę Telekomunikacja dla Domu spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie:

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I.1.a - I.1.b rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, **karę**

- pieniężną** w wysokości **62 261 zł** (słownie: sześćdziesiąt dwa tysiące dwieście sześćdziesiąt jeden złotych dwadzieścia sześć groszy), płatną do budżetu państwa,
2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I.2.a - I.2.b rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości **62 261 zł** (słownie: sześćdziesiąt dwa tysiące dwieście sześćdziesiąt jeden złotych), płatną do budżetu państwa,
 3. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt I.3 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości **62 261 zł** (słownie: sześćdziesiąt dwa tysiące dwieście sześćdziesiąt jeden złotych), płatną do budżetu państwa,
 4. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt II rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości **62 261 zł** (słownie: sześćdziesiąt dwa tysiące dwieście sześćdziesiąt jeden złotych), płatną do budżetu państwa,
 5. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt III rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości **62 261 zł** (słownie: sześćdziesiąt dwa tysiące dwieście sześćdziesiąt jeden złotych), płatną do budżetu państwa,
 6. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt IV rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości **62 261 zł** (słownie: sześćdziesiąt dwa tysiące dwieście sześćdziesiąt jeden złotych), płatną do budżetu państwa.

VI.

Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tj. Dz. U. 2015 poz. 184) w zw. z art. 83 tej ustawy w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2015 r. poz. 1634), w zw. z art. 264 § 1 w zw. z art. 262 § 1 i art. 263 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2021 r. poz. 735) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **obciąża** Telekomunikację dla Domu spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością siedzibą w Warszawie kosztami niniejszego postępowania w wysokości 743 zł (słownie: siedemset czterdzieści trzy złotych) oraz **zobowiązuje** Przedsiębiorcę do ich zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu”), mając na uwadze liczne skargi otrzymywane od konsumentów oraz rzeczników konsumentów, dotyczące nieprawidłowości w działalności Telekomunikacji dla Domu spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, przeprowadził postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy Spółka, w związku ze składaniem konsumentom propozycji zawarcia umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz zawieraniem tych umów poza lokalem przedsiębiorstwa lub za pomocą środków porozumiewania się na odległość, dopuściła się naruszenia uzasadniającego wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów lub naruszenia chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniającego podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach (sygn. akt DDK-405-59/14/PD).

Dowód: postanowienie z dnia 16 października 2014 r. (k. 1).

W dniu 28 sierpnia 2015 r. Prezes Urzędu - na podstawie ustaleń dokonanych w toku postępowania wyjaśniającego oraz na podstawie zgromadzonego w tym postępowaniu materiału dowodowego - postanowił o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w pkt I - IV rozstrzygnięcia decyzji. Postanowieniem z dnia 28 sierpnia 2015 r.¹ (k. 801) Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów w postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów dokumenty zgromadzone w toku postępowania wyjaśniającego przeprowadzonego pod sygnaturą DDK-405-59/14/PD oraz pisma, które wpłynęły do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej także: „Urząd”) i dotyczyły działalności TDD, w szczególności pisma konsumentów oraz rzeczników konsumentów.

Dowód: postanowienie z dnia 28 sierpnia 2015 r. (k. 799(14) i n.), postanowienie z dnia 28 sierpnia 2015 r. (k. 801), postanowienie z dnia 7 marca 2016 r. (k. 8011-8013).

Pisma konsumentów oraz rzeczników konsumentów, które wpłynęły do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zostały również zaliczone w poczet dowodów w postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów postanowieniami z dnia 4 maja 2016 r. (k. 8159-8161) oraz 7 września 2016 r. (k. 9603-9604).

Postanowieniem Prezesa Urzędu z 8 lipca 2016 r. (k. 9535) Prezes Urzędu ograniczył TDD prawo do wglądu do części informacji i materiałów przekazanych przez [*****2].

Postanowieniem z dnia 14 czerwca 2018 r. (k. 11448-11449) Prezes Urzędu zaliczył w poczet materiału dowodowego kolejne pisma konsumentów oraz rzeczników konsumentów, które wpłynęły do Urzędu. Łącznie w poczet materiału dowodowego zostało zaliczonych ponad 680 skarg konsumentów, których opis został zamieszczony w tabeli stanowiącej załącznik do decyzji.

W toku prowadzonego postępowania, na wezwanie Prezesa Urzędu, informacje przekazywała zarówno Spółka jak i inne podmioty uczestniczące w procesie zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych pomiędzy TDD a konsumentami, takie jak:

[*****]

¹ Postanowienie zmienione postanowieniem Prezesa Urzędu z dnia 7 marca 2016 r. (k. 8011-8013).

² Postanowienie z dnia 8 lipca 2016 r. zostało utrzymane w całości przez Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (sygn. sygn. akt SOKiK Amz 88/16).

*****]

Wobec ustalenia, że znaczna część skarg konsumenckich dotyczących działalności TDD pochodziła od konsumentów będących dotychczasowymi abonentami Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie (dalej: „Orange”), Prezes Urzędu wzywał również Orange do przekazania określonych informacji i dokumentów.

Dowód: pismo Orange z dnia 9 października 2015 r. (k. 4232-4234).

Ponadto, w toku postępowania, Prezes Urzędu przeprowadził w siedzibie Urzędu rozprawę administracyjną. W trakcie rozprawy Prezes Urzędu przeprowadził dowód ze świadków na okoliczność zawierania z konsumentami, w imieniu i na rzecz TDD, umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz przeprowadzania rozmów telefonicznych poprzedzających zawarcie ww. umów. W charakterze świadków zostały przesłuchane osoby związane ze Spółką umowami agencyjnymi oraz osoby współpracujące z agentami na podstawie umów o pracę lub umów cywilnoprawnych. Szczegółowy przebieg rozprawy został utrwalony w protokołach znajdujących się w aktach postępowania.

W trakcie rozprawy w dniu 6 czerwca 2016 r. Spółka złożyła pisemny wniosek (k. 9503-9509) o przesłuchanie na rozprawie w charakterze świadków 432 imiennie wskazanych konsumentów, którzy zawarli ze Spółką umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, i których pisma w przedmiocie ww. umów oraz okoliczności ich zawarcia skierowane do Prezesa Urzędu zostały włączone do materiału dowodowego w postępowaniu. Pismem z dnia 20 lipca 2016 r. Spółka ponowiła ww. wniosek dowodowy (k. 9575-9580), zaś pismem z dnia 30 sierpnia 2016 r. (k. 9588-9591) złożyła dodatkowy wniosek o przesłuchanie na rozprawie w charakterze świadków [**] imiennie wskazanych pełnomocników Spółki, którzy w imieniu i na rzecz Spółki zawierali umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z konsumentami objętymi wnioskami dowodowymi z dnia 6 czerwca 2016 r. i 20 lipca 2016 r. Ww. wnioski zostały złożone na okoliczności, zgodnie z którymi - w ocenie Spółki - proces zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez TDD z konsumentami był zgodny z przepisami prawa.

Pismem z dnia 21 września 2016 r. (k. 9605-9607) Spółka złożyła wniosek o przesłuchanie na rozprawie w charakterze świadków [***] współpracowników Spółki na okoliczność twierdzenia przez Spółkę, że TDD nie żądała od konsumentów zapłaty za dodatkowe usługi realizowane w związku z umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w przypadku gdy konsumenci nie zamówili dodatkowych usług.

W świetle zebranego w sprawie materiału dowodowego Prezes Urzędu uznał, że uwzględnienie wniosków dowodowych Spółki z dnia 6 czerwca 2016 r., 30 sierpnia 2016 r. i 21 września 2016 r. nie przyczyni się do wyjaśnienia istotnych w rozpatrywanej sprawie okoliczności - postanowieniami z dnia 25 stycznia 2017 r. (k. 11385, 11386, 11388) - odmówił uwzględniania wniosków.

Pismem z dnia 5 listopada 2016 r. (k. 9612-9656) Spółka złożyła wniosek o przeprowadzenie dowodów z szeregu dokumentów załączonych do wniosku, stanowiących niepoświadczone za

zgodność z oryginałem kopie części dokumentacji abonenckiej dotyczącej 403 konsumentów dotkniętych kwestionowanymi praktykami Spółki. Ww. wniosek dowodowy został złożony w celu wykazania, że procedury stosowane przez TDD wobec konsumentów, którzy złożyli skargi na Spółkę, były prawidłowe i zgodne z prawem.

Pismem z dnia 16 lutego 2016 r. (k. 11395) Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę, że zarówno wniosek dowodowy z dnia 5 listopada 2016 r., jak i załączone do niego dokumenty, z uwagi na złożenie ich w toku postępowania znajdują się w aktach postępowania administracyjnego, wobec czego - po uprzednim ich poświadczeniu przez uprawnioną osobę - mogą być dowodem w niniejszym postępowaniu. Ww. dokumenty zostały poświadczone w siedzibie Urzędu 20 i 24 marca 2017 r. przez pełnomocnika Spółki będącego radcą prawnym.

W toku postępowania Spółka przekazała informacje o obrocie osiągniętym w latach: 2018, 2019, który wynosił odpowiednio [*****], [*****]. Na podstawie sprawozdania finansowego Spółki zamieszczonego w „Przeglądarce dokumentów finansowych” prowadzonej przez Ministerstwo Sprawiedliwości Prezes Urzędu ustalił, że w 2020 r. TDD osiągnęła obrót w wysokości **256 153,19 zł**.

Dowód: pismo Spółki z dnia 21 maja 2018 r. (k. 11437-11447), pismo Spółki z dnia 18 maja 2021 r. (k. 11868) oraz załącznik do notatki służbowej z dnia 9 sierpnia 2021 r. (k. 11905-11911).

Postanowieniami z dnia 30 sierpnia 2021 r. Prezes Urzędu ograniczył Spółce prawo wglądu do części informacji i materiałów przekazanych przez [*****³*****⁴] oraz inne podmioty współpracujące ze Spółką (k. 11912-12006).

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz.U. z 2021 r. poz. 735 ze zm.; dalej jako: „kpa”), pismem z dnia 30 sierpnia 2021 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu postępowania dowodowego, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy. Ww. pismo nie zostało podjęte przez Spółkę (k. 12012). Na podstawie art. 44 § 4 kpa w zw. z art. 83 uokik Prezes Urzędu uznał doręczenie pisma za dokonane w dniu 25 września 2021 r. i pozostawił je w aktach sprawy. Do dnia wydania decyzji Spółka nie ustosunkowała się do zgromadzonego w sprawie materiału dowodowego.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Telekomunikacja dla Domu spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy pod numerem 0000498880. Przedmiotem działalności Spółki jest głównie działalność w zakresie telekomunikacji.

Dowód: informacja odpowiadająca odpisowi aktualnemu z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego Spółki, stan na dzień: 14 października 2021 r.

³ Postanowienie doręczone [*****] w dniu 1 września 2021 r. Pismo nie zostało podjęte przez TDD. Na podstawie art. 44 § 4 kpa w zw. z art. 83 uokik Prezes Urzędu uznał doręczenie pisma za dokonane w dniu 25 września 2021 r. i pozostawił je w aktach sprawy. Na dzień wydania decyzji nie zostało wniesione zażalenie na ww. postanowienie przez żaden z uprawnionych podmiotów.

⁴ Postanowienie doręczone [*****] w dniu 30 sierpnia 2021 r. Na podstawie art. 44 § 4 kpa w zw. z art. 83 uokik Prezes Urzędu uznał doręczenie pisma za dokonane w dniu 25 września 2021 r. i pozostawił je w aktach sprawy. Na dzień wydania decyzji nie zostało wniesione zażalenie na ww. postanowienie przez żaden z uprawnionych podmiotów.

Działalność telekomunikacyjna jest działalnością regulowaną i podlega wpisowi do Rejestru Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Spółka jest wpisana do ww. rejestru pod numerem 10831.

Prezes Urzędu ustalił, że Spółka świadczy usługi telekomunikacyjne od dnia 1 czerwca 2014 r. Przedmiotem działalności Spółki jest świadczenie usługi telekomunikacyjnej w sieci stacjonarnej, w tym usługi utrzymania łącza abonenckiego do sieci telefonicznej Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie w gotowości do świadczenia usług telekomunikacyjnych i świadczenie usług telekomunikacyjnych (tzw. „usługa WLR”). Spółka oferuje również świadczenie usług telekomunikacyjnych poprzez ręczne wybieranie przez abonentów numeru dostępu do sieci: Prefix 1099 (usługa „Prefixu ręcznego”) oraz na zasadzie zlecenia preselekcji (usługa „Preselekcji”).

Dowód: pismo Spółki z dnia 19 października 2015 r. (k. 7203), umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych („KONSUMENT”) (k. 24-25), umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych („KONSUMENT”) (k. 4129(1)-4130).

Od 1 października 2014 r. w zamian za opłatę abonamentową Spółka świadczy również usługi telekomunikacyjne przy użyciu karty SIM oraz dostarczonego konsumentowi aparatu telefonicznego (usługa „Mobilny Dom”).

Dowód: pismo Spółki z dnia 19 października 2015 r. (k. 7203), umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych Mobilny Dom („KONSUMENT”) (k. 7241-7242).

Oprócz ww. usług Spółka świadczy również związane z nimi odpłatne usługi dodatkowe, do których należą „Biling w formie wydruku”, „Biling na CD”, „Biling na e-mail” oraz „Usługa Dodatkowa”, która polega na zagwarantowaniu ewentualnym spadkobiercom abonenta, że wszelkie „zaległości istniejące lub powstałe w chwili lub po zgonie abonenta nie będą przedmiotem jakiegokolwiek roszczenia” TDD względem tych spadkobierców. Spółka świadczy również usługę „Bilingu on-line”; przy czym jest to usługa bezpłatna.

Dowód: umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych („KONSUMENT”) (k. 24-25), Cennik Podstawowy oraz Cennik Promocyjny Twoje 100 Minut (k. 26-32), umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych („KONSUMENT”) (k. 4129(1)-4130), Cennik Promocyjny Dynamiczne 100 Minut oraz Cennik Promocyjny Twoje 100 Minut (k. 4123-4126).

Od momentu rozpoczęcia działalności, tj. od dnia 1 czerwca 2014 r. do dnia 30 września 2015 r. Spółka zawarła z konsumentami [****] umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki TDD nie zawierała nowych umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych od kwietnia 2017 r. W związku z powyższym Prezes Urzędu ustalił, iż przedsiębiorca zaprzestał zawierania ww. umów z dniem 1 kwietnia 2017 r.

Dowód: pismo Spółki z dnia 19 października 2015 r. (k. 7203), pismo Spółki z dnia 21 maja 2018 r. (k. 11437), pismo Spółki z dnia 18 maja 2021 r. (k. 11868-11900).

Oferta Spółki była kierowana do osób posiadających telefon stacjonarny. W toku postępowania TDD, wskazując na specyfikę rynku usług telefonii stacjonarnej, wyjaśniła, że największa część abonentów Spółki to osoby starsze - powyżej [**] roku życia. Również agenci współpracujący ze Spółką w swoich wyjaśnieniach wskazywali, że umowy najczęściej są zawierane z osobami w średnim i starszym wieku [*****].

Dowód: pismo Spółki z dnia 21 czerwca 2015 r. (k. 700), pismo Spółki z dnia 14 września 2015 r. (k. 4104), pismo [*****] z 22 czerwca 2015 r. (k. 773 verte), pismo [*****] z dnia 15 czerwca 2015 r. (k. 775 verte), pismo [*****] z 7 czerwca 2015 r. (k. 790 verte), nagrania telefonicznych rozmów sprzedażowych

zamieszczone na płytach [*****] (nagrania z okresu od września 2015 r. do lutego 2016 r.) - (k. 7983-7986, k. 8022-8028); [*****] (k. 38-41 oraz 4138 verte, k. 4139-4141).

Fakt zwracania się z ofertą TDD do osób starszych potwierdzają także zgłoszenia konsumentów kierowane do Urzędu (pogrubienia własne):

- „Pragnę wyjaśnić, że **jestem starą schorowaną kobietą liczącą 83 lata. Jestem niepełnosprawna już ponad 10 lat. Ponadto mam szereg innych chorób (...) Pozostaje silny ból. Ponadto mam chory kręgosłup. Jestem po udarze mózgu, który jest przyczyną chorej wagi. Jestem po operacji oka. W związku z w/w. chorobami jestem zmuszona do leczenia się u czterech specjalistów. Na leczenie wydaję b. dużo pieniędzy na leki i lekarzy. Pozostaje mi mało z tej skromnej emeryturki na życie.**” (k. 1155(1)),
- „Tą drogą wnoszę zdecydowany sprzeciw przeciwko takiej praktyce waszej firmy, podszywania się pod inne firmy, oszukiwania, niedoinformowania o wszystkich kosztach, zwodzenia i wykorzystywania starszych ludzi, (**jak ja - mam 86 lat**), ich gorszej percepcji, łatwowierności i przyzwyczajenia do uczciwości i solidności, dla „pozyskiwania” w ten sposób klientów.” (k. 1108),
- „**Mam 91 lat**, zaufałam temu człowiekowi i bez zastanowienia podpisałam podsunęte przez kuriera dokumenty. Powyższą sytuację opowiedziałam mojej rodzinie, okazało się, że nieświadomie podpisałam umowę z nowym operatorem Telekomunikacja dla Domu. Nie miałam ani chęci ani zamiaru zmieniać operatora - czuję się oszukana, wykorzystano mój wiek i fakt, że mieszkam samotnie.” (k. 853),
- „**Mam 84 lata**, mieszkam sama, mam cukrzycę, cierpię na zaniki pamięci, po 2 zawałach serca.” (k. 1074),
- „Ponadto pragnę poinformować, że **jestem osobą w podeszłym wieku (77 lat)** i mam osłabiony słuch i wzrok. Przeczytanie czterech stron Umowy plus 6 stron Regulaminu Świadczenia Usług plus 4 strony Cennika Promocyjnego napisanych drobnym drukiem jest niemożliwe w ciągu kilku minut (przesyłkę dostarczył kurier)” (k. 883).

1. Warunki świadczenia usług na rzecz konsumentów przez TDD

Spółka świadczy stacjonarne usługi telekomunikacyjne abonentom w oparciu o umowy zawierane z wykorzystaniem wzorców umów. Prezes Urzędu ustalił, iż w związku z wejściem w życie ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2020 r. poz. 287 ze zm.; dalej: jako „upk”) stosowane przez TDD wzorce uległy zmianom. Spółka stosowała następujące wzorce umów:

- a) w ramach oferty świadczenia usług telekomunikacyjnych:
 - Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych „KONSUMENT” - w wersji obowiązującej do 24 grudnia 2014 r. (k. 24-25), w wersji obowiązującej od 25 grudnia 2014 r. (k. 123-124),
 - Regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych przez Telekomunikację dla Domu Sp. z o. o. z dnia 1 czerwca 2014 r. (k. 22-23),
- b) w ramach oferty świadczenia usług telekomunikacyjnych Mobilny Dom:
 - Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych Mobilny Dom („Konsument”) TDD/2014/10/01/1 - obowiązująca do 24 grudnia 2014 r. (k. 144-145),
 - Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych Mobilny Dom („Konsument”) TDD/2014/10/01/2 - obowiązująca do 24 grudnia 2014 r. (k. 159-160),

- Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych Mobilny Dom („Konsument”) TDD/2014/12/25/1/MD - obowiązująca od 25 grudnia 2014 r. (k. 161-162),
- Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych Mobilny Dom („Konsument”) TDD/2014/12/25/2/MD - obowiązująca od 25 grudnia 2014 r. (k. 165-166),
- Regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych Mobilny Dom z dnia 1 października 2014 r. (k. 154-158).

Spółka zawierała umowy z konsumentami w oparciu o cenniki podstawowe i promocyjne. Spółka przekazała następujące cenniki:

- a) w ramach oferty świadczenia usług telekomunikacyjnych:
 - Cennik Podstawowy 14/0001 - obowiązujący od dnia 1 czerwca 2014 r. (k. 26-28, k. 126-128),
 - Cennik Promocyjny Specjalne 100 Minut 14/5269 - obowiązujący od 1 czerwca 2014 r. (k. 29-30),
 - Cennik Promocyjny Twoje 100 Minut 14/5268 - w wersji obowiązującej od 1 czerwca 2014 r. (k. 31-32), w wersji obowiązującej od 25 grudnia 2014 r. (k. 133-136),
 - Cennik Promocyjny Dynamiczne 100 Minut 15/5562 - obowiązujący od 25 grudnia 2014 r. (k. 129-132),
- b) w ramach oferty świadczenia usług telekomunikacyjnych Mobilny Dom:
 - Cennik Promocyjny Mobilny Dom 100 14/5504 - obowiązujący od dnia 1 października 2014 r. (k. 146-149).

W toku postępowania Spółka przekazała również inne dokumenty, które zgodnie z jej stanowiskiem (por. uwagi poniżej - str. 62-64 decyzji) były przekazywane konsumentom przy zawieraniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych Mobilny Dom:

- „Oświadczenie Abonenta” - dokument w wersji obowiązującej od 1 czerwca 2014 r. do 24 grudnia 2014 r. (k. 35) i w wersji obowiązującej od 25 grudnia 2014 r. (k. 125),
- „Oświadczenie o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość” wraz z wzorem oświadczenia o odstąpieniu od umowy” - dokument obowiązujący od 1 czerwca 2014 r. do 24 grudnia 2014 r. (k. 34, k. 151),
- „Pouczenie o prawie odstąpienia od umowy wraz z wzorem formularza oświadczenia o odstąpieniu od umowy” - dokument obowiązujący od 25 grudnia 2014 r. (k. 143, 164),
- „Oświadczenie o rozwiązaniu umowy abonenckiej” - dokument obowiązujący od 1 czerwca 2014 r. (k. 36),
- „Oświadczenie abonenta (Mobilny Dom)” - w wersji obowiązującej od 1 października 2014 r. do 24 grudnia 2014 r. (k. 150), w wersji obowiązującej od 25 grudnia 2014 r. (k. 163),
- „Protokół przekazania aparatu telefonicznego” - obowiązujący od 1 października 2014 r. (k. 153),
- „List przewozowy” - obowiązujący od 1 czerwca 2014 r. (k. 33, k. 152).

Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz umowa świadczenie usług telekomunikacyjnych Mobilny Dom składa się z następujących części: komparycja, § 1 Zakres i warunki umowy, § 2 bez tytułu (dotyczący przedłużenia umowy), § 2¹ Usługa dodatkowa, § 3 Oświadczenia abonenta, § 4 Postanowienia końcowe, wyliczenie zgód abonenta, data zawarcia umowy i podpisy stron.

Zarówno w treści umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (dalej także jako: „umowa główna”), jak również w postanowieniach umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych Mobilny Dom **brak jest informacji wskazującej na opłaty, jakie konsument będzie zobowiązany uiszczać w związku z jej zawarciem.**

Na umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych, poza **umową główną**, składają się także **inne dokumenty** będące - zgodnie z jej brzmieniem - jej integralną częścią i stanowiące załącznik do umowy głównej. Stosownie do postanowień § 4 ust. 1 umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych: „Integralną częścią Umowy są: Regulamin, Cennik Podstawowy, Cennik Promocyjny określony w § 1 ust. 6, z tym zastrzeżeniem, iż Regulamin i Cennik Podstawowy obowiązują w zakresie w jakim prawa i obowiązki Stron nie są uregulowane w Umowie i w jakim Regulamin lub Cennik Podstawowy nie jest sprzeczny odpowiednio z Umową lub Cennikiem Promocyjnym.”

Dowód: umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych „KONSUMENT” (k. 25 verte, k. 124 verte).

Regulaminy stosowane przez Spółkę składają się z następujących paragrafów: definicje, postanowienia ogólne, sposób świadczenia usług przez operatora, zawarcie umowy, odmowa zawarcia umowy i świadczenia usług, rozpoczęcie świadczenia usług, czas obowiązywania umowy, zmiana postanowień umowy oraz danych w niej zawartych, postępowanie reklamacyjne, instalacja urządzeń i obsługa serwisowa, odpowiedzialność operatora, dane osobowe i tajemnica telekomunikacyjna, ograniczenie, zawieszenie świadczenia usług i rozwiązanie umowy, opłaty, faktura, szczegółowe zasady ponoszenia opłat za usługi, usługi o podwyższonej opłacie, postanowienia końcowe.

Dowód: Regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych przez Telekomunikację dla Domu Sp. z o. o. z dnia 1 czerwca 2014 r. (k. 22-23); Regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych Mobilny Dom z dnia 1 października 2014 r. (k. 154-158).

W stosowanych przez Spółkę **cennikach** określone zostały wysokości opłat za usługi świadczone przez TDD. Dokonano rozróżnienia na opłaty jednorazowe, opłaty miesięczne, opłaty jednostkowe za poszczególne rodzaje połączeń oraz opłaty za usługi i czynności dodatkowe (np. za poszczególne rodzaje bilingów). Konsument jest związany cennikiem podstawowym, o ile nie zawarł umowy na czas określony; w takim przypadku obowiązuje go cennik promocyjny (§ 14 ust. 1 Regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych przez Telekomunikację dla Domu, k. 23). Z przekazanych przez TDD wzorów umowy i sygnałów konsumentów wynika, że w praktyce Spółka zawierała wyłącznie umowy na czas określony 24 miesiące (opcja umowy na czas nieokreślony pozostaje skreślona, por. str. 14 decyzji).

Dowód: wzory umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, (k. 24, k. 123, k. 144, k. 161, k. 165, k. 701, k. 4127, k. 4129(1)).

W każdym z cenników podane są dwa rodzaje abonamentów telefonicznych - abonament telefoniczny (linie analogowe) oraz abonament telefoniczny.

„Cennik Promocyjny Twoje 100 Minut” przewiduje stałą miesięczną opłatę abonamentową, natomiast cenniki promocyjne „Specjalne 100 Minut” i „Dynamiczne 100 Minut” przewidują dwa rodzaje opłat - abonament obniżony oraz abonament standardowy.

Abonament obniżony obowiązuje w pierwszym i drugim okresie rozliczeniowym, poczynając od okresu rozliczeniowego, w którym zostanie uruchomiona usługa WRL, natomiast

abonament standardowy - od trzeciego okresu rozliczeniowego, a także przez cały czas trwania umowy w przypadku przedłużenia jej na kolejne 24 miesiące.

Zgodnie z postanowieniami wszystkich cenników promocyjnych Spółka przyznaje konsumentowi w każdym okresie rozliczeniowym pakiet 100 minut (Pakiet Minut) do wykorzystania na połączenia lokalne, strefowe i międzystrefowe.

Dowód: Cennik Podstawowy 14/0001 (k. 26, k. 126), Cennik Promocyjny Specjalne 100 Minut 14/5269 (k. 29, 29 verte), Cennik Promocyjny Twoje 100 Minut 14/5268 (k. 31, k. 31 verte, k. 133-134), Cennik Promocyjny Dynamiczne 100 Minut 15/5562 (k. 129-130).

OPŁATY MIESIĘCZNE			
RODZAJ OPŁATY	NETTO	VAT	BRUTTO
abonament telefoniczny (linie analogowe)	27,51	23%	33,84
abonament telefoniczny (linie ISDN 2B+D)	49,91	23%	61,39

PAKIET MINUT W OKRESIE ROZLICZENIOWYM				
RODZAJE POŁĄCZEŃ	MINUTY	NETTO	VAT	BRUTTO
lokalne, strefowe i międzystrefowe	100	5,00	23%	6,15

Rys. 1. Cennik Promocyjny Twoje 100 Minut 14/5268 (k. 31)

OPŁATY MIESIĘCZNE			
RODZAJ OPŁATY – ABONAMENT OBNIŻONY	NETTO	VAT	BRUTTO
abonament telefoniczny (linie analogowe) – 1 i 2 Okres rozliczeniowy	15,33	23%	18,86
abonament telefoniczny (linie ISDN 2B+D) – 1 i 2 Okres rozliczeniowy	33,84	23%	41,62

RODZAJ OPŁATY – ABONAMENT STANDARDOWY	NETTO	VAT	BRUTTO
abonament telefoniczny (linie analogowe) – od 3 Okresu rozliczeniowego	29,80	23%	36,65
abonament telefoniczny (linie ISDN 2B+D) – od 3 Okresu rozliczeniowego	54,76	23%	67,35

PAKIET MINUT W OKRESIE ROZLICZENIOWYM				
RODZAJE POŁĄCZEŃ	MINUTY	NETTO	VAT	BRUTTO
lokalne, strefowe i międzystrefowe	100	5,00	23%	6,15

Rys. 2. Cennik Promocyjny Dynamiczne 100 Minut 15/5562 (k. 129)

OPŁATY MIESIĘCZNE			
RODZAJ OPŁATY – ABONAMENT OBNIŻONY	NETTO	VAT	BRUTTO
abonament telefoniczny (linie analogowe) – 1 i 2 Okres rozliczeniowy	15,33	23%	18,86
abonament telefoniczny (linie ISDN 2B+D) – 1 i 2 Okres rozliczeniowy	33,84	23%	41,62

RODZAJ OPŁATY – ABONAMENT STANDARDOWY	NETTO	VAT	BRUTTO
abonament telefoniczny (linie analogowe) – od 3 Okresu rozliczeniowego	28,58	23%	35,15
abonament telefoniczny (linie ISDN 2B+D) – od 3 Okresu rozliczeniowego	53,54	23%	65,85

PAKIET MINUT W OKRESIE ROZLICZENIOWYM				
RODZAJE POŁĄCZEŃ	MINUTY	NETTO	VAT	BRUTTO
lokalne, strefowe i międzystrefowe	100	5,00	23%	6,15

Rys. 3. Cennik Promocyjny Specjalne 100 Minut 14/5269 (k. 29)

OPŁATY JEDNORAZOWE			
RODZAJ OPŁATY	NETTO	VAT	BRUTTO
Aktywacja Usług – opłata jednorazowa	504,07	23%	620,00

OPŁATY MIESIĘCZNE ABONAMENTOWE			
RODZAJ OPŁATY	NETTO	VAT	BRUTTO
abonament telefoniczny (linie analogowe)	63,00	23%	77,49
abonament telefoniczny (linie ISDN 2B+D)	90,00	23%	110,70

Rys. 4. Cennik Podstawowy 14/0001 (k. 26, k. 126).

W żadnym z ww. cenników nie została wskazana wysokość opłaty za „Usługę Dodatkową”. Warunki świadczenia tej usługi, w tym wysokość miesięcznej opłaty za usługę (5,99 zł brutto) zostały określone w § 2¹ Umowy świadczenia usług telekomunikacyjnych

(k. 25). Ww. informacja znajdowała się również w dokumencie o nazwie „Pouczenie”, który - zgodnie z twierdzeniami Przedsiębiorcy - był przekazywany konsumentom od 25 grudnia 2014 r. (por. k. 4131). Przeczą temu jednak inne dowody zgromadzone w sprawie (por. str. 63 decyzji).

Dowód: pismo Spółki z 21 maja 2018 r. (k. 11437).

Poza umową, regulaminem i cennikiem Spółka stosowała w obrocie z konsumentami również **inne dokumenty**, z których część powinna była zostać przekazana konsumentowi przy zawieraniu umowy, a część była jedynie przedstawiana konsumentowi do podpisu.

Zawierając umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych, konsument powinien był podpisać dokumenty zatytułowane: „**Oświadczenie Abonenta**”; „**Oświadczenie o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość**” (k. 34) [dokument nazywany przez Spółkę również jako: „Oświadczenie o odstąpieniu” (k.116) „Wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy” (k. 4105) lub „Wzór odstąpienia od umowy Abonenckiej ze Spółką” (k. 4132), dalej w decyzji jako: „Oświadczenie o odstąpieniu”]; od 25 grudnia 2014 r. - „**Pouczenie o prawie odstąpienia od umowy wraz z wzorem formularza oświadczenia o odstąpieniu od umowy**” (k. 143, 4111) [dokument nazywany przez Spółkę także jako: „Pouczenie” (k. 4104 verte), dalej w decyzji jako: „Pouczenie o odstąpieniu”]; „Oświadczenie o rozwiązaniu umowy abonenckiej” (k. 4121); „**List przewozowy**” (do 24 grudnia 2014 r., k. 33); przy zawieraniu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych Mobilny Dom - „**Oświadczenie Abonenta**”; „**Oświadczenie o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość**”/„**Pouczenie o prawie odstąpienia od umowy wraz z wzorem formularza oświadczenia o odstąpieniu od umowy**”; „**Protokół przekazania aparatu telefonicznego**”; „**List przewozowy**” (k. 150-166).

W oparciu wyjaśnienia i materiały przekazane przez Spółkę Prezes Urzędu ustalił, że spośród ww. dokumentów konsument powinien otrzymywać jedynie dokument o nazwie „Oświadczenie o odstąpieniu”/„Pouczenie o odstąpieniu”. Zgodnie z procedurą pozostałe dokumenty miała zachowywać Spółka. W oparciu o sygnały konsumentów Prezes Urzędu ustalił jednak, iż w praktyce część konsumentów nie otrzymywała ww. dokumentów (por. fragment na str. 63 decyzji dotyczący nieprawidłowości w przekazywaniu konsumentom dokumentacji umownej)

Dowód: [*****] (k. 4132, k. 4133), [*****] (k. 4137 verte, k. 4145 verte), pismo Spółki z dnia 14 września 2015 r. (k. 4100 verte), pismo Spółki z dnia 2 marca 2021 r. (k. 11).

Dokument o nazwie „Oświadczenie Abonenta” obejmuje szereg oświadczeń wiedzy składanych przez konsumenta w związku z zawieraną umową, w tym m.in. oświadczenie o otrzymaniu od przedstawiciela Spółki licznych informacji dotyczących umowy oraz praw konsumenta (np. informacji dotyczących tożsamości podmiotu, z jakim konsument zawiera umowę, warunków oferty, prawa odstąpienia od umowy) czy oświadczenie o otrzymaniu szeregu dokumentów (m.in. umowy głównej, regulaminu świadczenia usług, cennika, pouczenia o odstąpieniu od umowy).

Dowód: dokument „Oświadczenie Abonenta” (k. 4109, k. 4110).

Spółka w swoich wyjaśnieniach wielokrotnie wskazywała na rangę „Oświadczenia Abonenta”, twierdząc, że podpisanie przez konsumenta powyższego dokumentu stanowi dla niej potwierdzenie, że konsument miał świadomość tożsamości podmiotu, z którym zawierał umowę, jak również, że uzyskał wszelkie wymagane prawem informacje na temat

zawieranej umowy oraz otrzymał wszystkie dokumenty niezbędne do zawarcia umowy i zapoznał się z ich treścią.

Dowód: pismo Spółki z 14 września 2015 r. (k. 4096, 4096 verte), pismo Spółki z 21 maja 2018 r. (k. 11438).

W toku postępowania Spółka wskazała, iż ww. dokument został wprowadzony „w celu zapewnienia rzetelnej obsługi konsumentów oraz zadbania o własny interes”. W ocenie TDD podpisanie „Oświadczenia Abonenta” jest potwierdzeniem dla Spółki, że wszystkie obowiązki nałożone przez ustawodawcę oraz Spółkę i przeniesione na agentów zostały zrealizowane.

Dowód: pismo Spółki z dnia 14 września 2015 r., (k. 4096).

Dokument o nazwie „**Oświadczenie o odstąpieniu**” (stosowany przez Spółkę do dnia 24 grudnia 2014 r.) obejmował informację o prawie odstąpienia od umowy w przypadku umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa oraz wzór oświadczenia o odstąpieniu od ww. umowy.

Dowód: dokument „Oświadczenie o odstąpieniu” (k. 4129).

Od 25 grudnia 2014 r. ww. dokument został przekształcony przez Spółkę w dokument o nazwie „Pouczenie”. Na „**Pouczenie o odstąpieniu**” składają się następujące części: „Pouczenie”, „Pouczenie o odstąpieniu od umowy” oraz „Wzór formularza odstąpienia od umowy”. W pierwszej z wymienionych części, składającej się z 8 punktów TDD, w związku z brzmieniem art. 12 upk, wskazywała informacje dotyczące tego, jaki jest przedmiot umowy, z kim jest zawierana, sposób obliczania wysokości opłat, okres obowiązywania informacji. Następnie Spółka wskazywała na możliwość odstąpienia od umowy w terminie 14 dni i sposobie, w jaki można tego dokonać. Informowała również o skutkach odstąpienia od umowy. W ostatniej części znajdowały się wykropkowane pola, które można uzupełnić w celu wykonania prawa odstąpienia od umowy wraz z adresem Spółki.

Dowód: Dokument „Pouczenie o odstąpieniu” (k. 4111, 4131).

Dokument o nazwie „Oświadczenie o rozwiązaniu umowy abonenckiej” obejmuje oświadczenie o wypowiedzeniu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych świadczonych przez dotychczasowego dostawcę. W zależności od wyboru dokonanego na ww. dokumencie poprzez zakreślenie odpowiedniego „okienka” oświadczenie konsumenta może objąć rozwiązanie umowy z upływem okresu jej obowiązywania, z zachowaniem okresu wypowiedzenia lub bez.

Dowód: „Oświadczenie o rozwiązaniu umowy abonenckiej” (k. 4121).

Operator zawierał umowy na czas oznaczony 24 miesiące. Wprawdzie na przekazanym przez Spółkę wzorcu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawarto postanowienie o treści „Umowa zostaje zawarta na czas określony/nieokreślony 24 miesiące”, z którego teoretycznie wynikałoby, że Spółka dopuszcza dwa okresy obowiązywania umowy. Niemniej jednak, na każdym z przekazanych wzorców sformułowanie „nieokreślony” zostało przekreślone metodą komputerową. Na tej podstawie oraz na podstawie sygnałów konsumentów ustalono, że TDD jednak w praktyce nie oferowała konsumentom zawarcia umowy na czas nieokreślony. Również przykładowe umowy przekazane przez Spółkę, konsumentów lub rzeczników konsumentów w toku postępowania potwierdzają praktykę TDD zawierania umów wyłącznie na czas oznaczony 24 miesiące.

Dowód: umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych „KONSUMENT” (k. 24, k. 123).

*****]. Dokument
[*****] stanowi załącznik nr 3 do wzorca umowy agencyjnej.
[*****]

*****]

Dowód: wzór umowy agencyjnej [*****] (k. 4112), wzór umowy agencyjnej [*****] (k. 4116), przykładowe umowy agencyjne (k. 452 i n.), „[*****]” (k. 4134, 4142).

W celu wykonywania ww. czynności agenta Spółka udziela przedstawicielom agenta [*****]

*****].

Dowód: wzór umowy agencyjnej (k. 4112 verte, 4116 verte), [*****] (k. 627 i n.).

Obowiązki agenta zostały szczegółowo opisane w umowie agencyjnej. Zgodnie z [*****] wzoru umowy agent zobowiązuje się m.in. do [*****]

*****].

Dowód: wzór umowy agencyjnej [*****] (k. 4112 verte), wzór umowy agencyjnej [*****] (k. 4116 verte, 4117).

Doprecyzowanie obowiązków agenta [*****]
*****] znalazło się we wspomnianym już wyżej dokumencie [*****].

Na podstawie materiału dowodowego zgromadzonego w aktach sprawy, w szczególności na podstawie pism kierowanych do Urzędu przez konsumentów oraz rzeczników konsumentów, Prezes Urzędu ustalił, że [*****] nie były jednak stosowane przez Spółkę w praktyce. Powyższa kwestia zostanie omówiona szerzej w dalszej części decyzji poświęconej procesowi zawierania umów przez TDD, w szczególności rozmowie telefonicznej (por. str. 27-51 decyzji).

W zakresie odpowiedzialności agentów za niewykonanie lub nienależyte wykonanie obowiązków wynikających z umowy agencyjnej,

⁷ W zależności od obowiązującego stanu prawnego (do dnia 24 grudnia 2014 r., w oparciu o przepisy ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny termin na odstąpienie przez konsumenta od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa wynosił 10 dni. Po ww. dacie, na podstawie ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, termin ten został wydłużony do 14 dni.

Prezes Urzędu ustalił, że procedury zawierania umów z konsumentami oraz materiały szkoleniowe (np. [*****]) były przekazywane agentom TDD podczas szkoleń. Jak wynika z ustaleń Prezesa Urzędu, ww. dokumenty nie zawsze były stosowane przez podmioty współpracujące (por. str. 29, 31; 51, 54 decyzji). [*****]**]. Zgodnie ze stanowiskiem TDD za dalsze przekazanie informacji w tym zakresie odpowiadał partner. Ww. wyjaśnienia potwierdzają zeznania partnerów TDD oraz ich pracowników (pogrubienia własne).

Dowód: Pismo Spółki z dnia 21 czerwca 2015 r., (k. 699), pismo Spółki z dnia 21 maja 2018 r., k. 11437-11447.

→ „Na wszystkie tematy rozmawiałem z panem (...), który według mojej wiedzy jest pełnomocnikiem TDD. Przed nawiązaniem współpracy omawialiśmy, jakie produkt ma Telekomunikacja Dla Domu, kwestii związane z procedurą zawierania umów. W toku współpracy z Telekomunikacją dla Domu kontaktował się ze mną zazwyczaj pan (...), jeśli były jakieś zmiany w procedurze. Żaden przedstawiciel Telekomunikacji dla Domu nie brał bezpośredniego udziału w szkoleniu konsultantów lub kurierów.”

Dowód: Zeznania [*****], protokół z rozprawy administracyjnej z dnia 25.05.2016 r., k. 9476.

→ „Kiedy wchodziła Telekomunikacja Dla Domu, opiekowałem się grupą, dostaliśmy cenniki, ofertę, rozmawialiśmy o tym, co trzeba klientowi powiedzieć. Te spotkania odbywały się w [*****]. Nie pamiętam, żeby w tych spotkaniach uczestniczyli przedstawiciele Telekomunikacji dla Domu.”

Dowód: Zeznania [*****], protokół z rozprawy administracyjnej z dnia 13.04.2016 r., (k. 8079).

W toku postępowania Prezes Urzędu ustalił, że umowy dostarczane przez call-center były weryfikowane przez Spółkę pod kątem formalnym w zakresie kompletności dokumentacji, która została przekazana konsumentom oraz danych wprowadzonych przez pracowników call-center. Ponadto, zgodnie z wyjaśnieniami Spółki, „w przypadku, gdy Spółka otrzymała jakiegokolwiek informacje o nieprawidłowościach w procesie zawierania umowy, wtedy nie wdrażała takiej umowy do obsługi”. W związku z wpływającymi do Urzędu sygnałami od konsumentów Prezes Urzędu nie dał wiary ww. wyjaśnieniom TDD.

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 października 2014 r., (k. 7-8), pismo Spółki z dnia 2 marca 2015 r. (k. 112), pismo Spółki z dnia 21 maja 2018 r., (k. 11437).

Zgodnie z wyjaśnieniami TDD Spółka na bieżąco weryfikowała, czy firmy call-center udzielają konsumentom właściwych informacji oraz przekazują pełną dokumentację umowną. Spółka prowadziła [*****] kontrole w celu weryfikacji poprawności procesu zawierania umów w konsumentami poprzez przeprowadzanie kontaktów telefonicznych z konsumentami. Kontrole i szkolenia dotyczące zawierania umów przez agentów były przeprowadzane przez Spółkę w ramach bieżącej działalności - [*****].

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 października 2014 r., (k. 7-8), pismo Spółki z dnia 2 marca 2015 r. (k. 112), pismo Spółki z dnia 21 czerwca 2015 r. (k. 699), pismo Spółki z dnia 21 października 2015 r. (k. 7204).

Prezes Urzędu nie dał jednak wiary powyższym wyjaśnieniom i ustalił, że TDD nie dokonywała regularnie kontroli dotyczących sposobu zawierania umów z konsumentami.

Na brak regularnych kontroli ze strony Spółki wskazują zeznania agentów i ich pracowników. W oparciu o ich wyjaśnienia Prezes Urzędu ustalił, że kontakt pomiędzy TDD a podmiotami call-center był ograniczony do [*****]. Spółka co do zasady nie przekazywała zastrzeżeń dotyczących przebiegu procesu zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, a jeśli to robiła - działo się to bardzo rzadko. Wskazują na to następujące fragmenty protokołów z rozprawy administracyjnej (pogrubienia własne):

- „(...) **Ja nie dostałem nigdy prośby ze strony Telekomunikacji dla Domu o wyjaśnienie ewentualnych nieprawidłowości w procesie sprzedaży. Nie sporządzałem w tym celu żadnych wyjaśnień.**”

Dowód: Zeznania
[*****], protokół
z rozprawy administracyjnej z dnia 13 kwietnia 2016 r. (k. 8080).

- „**Otrzymywaliśmy od Telekomunikacji dla Domu informację zwrotną, ile umów zostało zawartych, a ile nie. Nie była ona precyzyjna. Pojawiały się tam takie pozycje jak:**
[*****]. **Nigdy nie miałem precyzyjnej informacji, dlaczego dana umowa nie została zawarta. Próbowałem uzyskać takie informacje od Telekomunikacji dla Domu, ale nie udało mi się.**
[*****]
*****]
[*****]. **Próbowałem uzyskać taką informację od TDD, gdyby był jakiś błąd, chcielibyśmy go zwalczyć. Chodziło mi o błędy formalne. Nie wiedziałem, gdzie popełniamy błąd. Nie otrzymałem takiej informacji zwrotnej. Nie jest mi wiadome, żeby Telekomunikacja dla Domu kontaktowała się z konsumentami celem ustalenia, dlaczego umowa została odrzucona. Telekomunikacja dla Domu nie przekazywała żadnych informacji w celu usprawnienia procesu sprzedaży, ale nie jestem pewien, raczej nie.**”

Dowód: Zeznania
[*****], protokół
z rozprawy administracyjnej z dnia 25 maja 2016 r. (k. 9476, k. 9478-9479).

- „**Ja nie pozostawałam w kontakcie z Telekomunikacją dla Domu. Do mnie osobiście nie trafiały skargi, reklamacje konsumentów dotyczące Telekomunikacji dla Domu. Jeśli klient miał zastrzeżenia, to dzwonił do Telekomunikacji dla Domu.**
[*****]
*****]
*****]

Dowód: Zeznania
[*****], protokół
z rozprawy administracyjnej z dnia 23 maja 2016 r. (k. 9437).

- [*****
*****]

*****] TDD nigdy nie zwracała się do mnie w sprawie przekazania nagrań. To my byliśmy odpowiedzialni za to, jak wyglądały rozmowy, za ich jakość. Po to TDD nas zatrudniła. (k. 9495)

(...)

Nie przekazywałem do TDD raportów z liczbą zawartych umów, z liczbą odbytych połączeń. Otrzymywałem od TDD zestawienie umów, w zależności od terminu wysyłki umów.

[*****

*****]

TDD przekazywała nam informacje mailowo lub telefonicznie o nieprawidłowościach przy zawieraniu umowy, np. jeśli zachowanie kuriera było niewłaściwe. Takie telefony lub maile zdarzały się bardzo rzadko. Po otrzymaniu takiego sygnału wyjaśnialiśmy sprawę i przekazywaliśmy informację o sposobie załatwienia z powrotem do TDD. To były informacje dotyczące konkretnych konsumentów. (k. 9496-9497)

(...)

Nie było koordynacji pomiędzy podmiotami współpracującymi z TDD, dlatego zdarzało się, że umowy się dublowały.” (k. 9497).

Dowód:

[*****
*****], protokół z rozprawy administracyjnej z dnia 30 maja 2016 r. (k. 9495-9497).

W toku postępowania Spółka nie przekazała dowodów wskazujących na regularne przeprowadzania kontroli⁸, wskazując, iż „Spółka [*****

*****].

Dowód: pismo Spółki z dnia 19 października 2015 r. (k. 7204), pismo Spółki z dnia 9 listopada 2015 r. (k. 7310).

W oparciu o wyjaśnienia Telekomunikacji dla Domu Prezes Urzędu ustalił że Spółka nie nagrywała rozmów sprzedażowych. Spółka nie prowadziła także ewidencji skarg konsumenckich wpływających do TDD. Jednocześnie Prezes Urzędu ustalił, że telefoniczne rozmowy sprzedażowe były nagrywane przez jednego z agentów Spółki [*****]. W toku postępowania ww. nagrania zostały przekazane przez [*****
*****]

⁸ Protokół kontroli z dnia [*****] z przeprowadzonej w dniu [*****] kontroli jakości świadczonych usług w zakresie pozyskiwania klientów na rzecz Telekomunikacja dla Domu Sp. z o.o. został przekazany przez [*****].

*****]

Dowód: pismo Spółki z dnia 19 października 2015 r. (k. 7203), pismo Spółki z dnia 2 marca 2015 r. (k. 115), pismo [*****] z dnia 3 kwietnia 2015 r., k. 298.

W toku postępowania ustalono, że TDD skierowała do podmiotów współpracujących [*****

*****].

Dowód: pismo Spółki do [*****] z dnia 4 kwietnia 2016 r., (k. 11439), pismo Spółki [*****] z dnia 4 kwietnia 2016 r. (k. 11440) oraz pismo Spółki do [*****] z dnia 4 kwietnia 2016 r. (k. 11441).

Pismem z dnia 21 maja 2018 r. TDD wskazała, że „nie składała zawiadomień o możliwości popełnienia przestępstwa przez podmioty współpracujące, w tym ich przedstawicieli. Spółka w przypadku powzięcia informacji o jakimkolwiek naruszeniu przez przedstawiciela obowiązku związanego z procedurą ochrony konsumentów [*****].

[*****

*****]

Dowód: nota obciążeniowa z dnia 29 maja 2015 r. wystawiona przez TDD wobec [*****] (k. 11442), nota obciążeniowa z dnia 31 sierpnia 2015 r. wystawiona przez TDD wobec [*****] (k. 1143), pismo Spółki z dnia 21 maja 2018 r. (k. 11437 verte - 11438), pismo Spółki z dnia 30 października 2014 r. (k. 8).

Wiele z sygnałów konsumentów kierowanych do Prezesa Urzędu otrzymywała również Spółka, co nie przełożyło się jednak na podjęcie przez nią bardziej stanowczych działań wobec współpracujących z nią agentów.

3. Tryb zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz usług dodatkowych.

W oparciu o materiały przekazane przez Spółkę, informacje przedstawione przez podmioty współpracujące z TDD oraz telefoniczne rozmowy sprzedażowe pochodzące od jednego z nich

[*****]
Prezes Urzędu ustalił, że umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych były zawierane przez Spółkę w trzech trybach - w lokalu przedsiębiorstwa, poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość.

Odmienne stanowisko przedstawiła w tym zakresie Spółka, z której wyjaśnień wynika, że TDD dopuszczała tylko dwa tryby zawierania z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych: w lokalu przedsiębiorstwa (mieszczącym się w siedzibie Spółki) albo poza lokalem, każdorazowo przy jednoczesnej obecności obu stron.

Dowód: pismo Spółki z dnia 20 października 2014 r. (k. 5-7).

Zgodnie z § 4 ust. 4 „Regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych przez Telekomunikację dla Domu Sp. z o.o.” umowa może zostać zawarta w lokalu przedsiębiorstwa operatora lub poza nim w następujący sposób:

- a) w drodze wymiany podpisanych egzemplarzy umowy za pośrednictwem poczty lub kuriera,
- b) w oznaczonym lokalu przedsiębiorstwa operatora lub przedstawiciela operatora,
- c) w innym miejscu poza lokalem przedsiębiorstwa operatora z upoważnionym przedstawicielem operatora.

Spółka stoi na stanowisku, że nie zawierała w ogóle umów na odległość. TDD w wyjaśnieniach kierowanych do Prezesa Urzędu podkreślała, że **rozmowy telefoniczne poprzedzające zawarcie umowy w trybie poza lokalem przedsiębiorstwa miały jedynie wstępny lub informacyjno-kontaktowy charakter.**

Dowód: pismo Spółki z dnia 2 marca 2015 r. (k. 111-111 verte), pismo Spółki z dnia 14 września 2015 r. (k. 4097 verte, k. 4098 verte), pismo Spółki z dnia 9 listopada 2015 r. (k. 7310).

Jednakże, na podstawie wyjaśnień oraz materiałów przekazanych przez Spółkę, nagrań telefonicznych rozmów sprzedażowych (por. str. 22 decyzji), wyjaśnień podmiotów współpracujących z TDD i ich pracowników oraz sygnałów konsumentów i rzeczników konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że **część umów pomiędzy TDD a konsumentami była zawierana w trybie na odległość**, tj. zgodnie z art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2012 r. poz. 1225; dalej jako: „uonpk”) (obowiązującej do 25.12.2014 r.) oraz zgodnie z art. 2 pkt 1 upk (obowiązującej od 25.12.2014 r.) (por. uwagi poniżej).

4. Procedura zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych

Spółka wskazała, że procedura zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych wdrożona przez Spółkę w chwili rozpoczęcia przez nią działalności uległa zmianie na skutek wejścia w życie dnia 25 grudnia 2014 r. ustawy o prawach konsumenta. Zgodnie z twierdzeniami TDD, proces zawierania umów z konsumentami stosowany w Spółce do dnia 24 grudnia 2014 r. różnił się pod pewnymi względami od tego, który zaczął obowiązywać wraz z wejściem w życie ustawy o prawach konsumenta. Na zmianę procedury zawierania umowy wskazywali także agenci współpracujący ze Spółką (por. ustalenia na str. 55).

Dowód: pismo Spółki z 14 września 2015 r. (k. 4097, 4097 verte).

A. Procedura zawierania umów przed 25 grudnia 2014 r.

Spółka wskazała, że przed 25 grudnia 2014 r. procedura zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych przebiegała według następującego schematu.

W pierwszej kolejności pracownik firmy call-center (związanej z TDD umową agencyjną) kontaktował się telefonicznie z wybranym konsumentem. Rozmowa odbywała się na podstawie dokumentu [*****] (por. dalsze ustalenia Prezesa Urzędu, z których wynika, że procedura opisana w dokumencie nie była stosowana przez Spółkę w praktyce, str. 29-51). W trakcie rozmowy telefonicznej konsument był zapoznawany z ofertą TDD. Jeżeli podczas rozmowy wyraził zgodę na zawarcie umowy ze Spółką, podawał swoje dane osobowe, które następnie były wprowadzane przez konsultanta do formularza umowy. Konsultant zaznaczał również na formularzu umowy zakres usług wybranych przez konsumenta oraz rodzaje wyrażonych przez niego zgód.

Po wypełnieniu formularza umowy pracownik firmy call-center ustalał z konsumentem termin wizyty kuriera, który miał dostarczyć konsumentowi umowę do podpisu. W następstwie odbytej rozmowy telefonicznej pracownik firmy call-center drukował wypełniony formularz umowy. Następnie umowa była podpisywana przez pracownika legitymującego się pełnomocnictwem udzielonym przez TDD i w takiej formie przekazywana kurierowi do doręczenia. W ocenie TDD ww. rozmowa telefoniczna była jedynie „wstępnym przedstawieniem oferty”, a umowy były zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa.

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki podczas osobistej wizyty u konsumenta kurier przedkładał konsumentowi umowę do podpisu i pozostawiał mu jej jeden egzemplarz wraz z załącznikami (por. dalsze ustalenia Prezesa Urzędu, zgodnie z którymi część z konsumentów nie otrzymywała pełnej dokumentacji umownej, str. 62-65), a drugi egzemplarz przekazywał do firmy call-center, która z kolei przekazywała go dalej do TDD.

Dowód: pismo Spółki z dnia 30 października 2014 r. (k. 7), pismo Spółki z 14 września 2015 r. (k. 4097 verte), pismo Spółki z dnia 9 listopada 2015 r. (k. 7310).

W oparciu o wyjaśnienia Spółki, podmiotów współpracujących z TDD oraz sygnały konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że wizyta kuriera miała charakter techniczny i sprowadzała się jedynie do potwierdzenia zawarcia umowy przez konsumenta (por. ustalenia dotyczące procedur stosowanych przez kurierów/przedstawicieli TDD, str. 51-54 decyzji).

W związku z powyższym, wbrew twierdzeniom Spółki, **Prezes Urzędu ustalił, że umowy zawierane w oparciu o omawianą procedurę należy zaliczać do umów zawieranych na odległość**, a nie umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa.

Zgodnie z definicją zawartą w art. 6 ust. 1 uonpk umowy zawierane na odległość to umowy zawierane z konsumentem **bez jednoczesnej obecności obu stron**, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, jeżeli kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność.

W przypadku umów zawieranych w oparciu o opisaną wyżej procedurę, warunki umowy były omawiane oraz ustalane z wykorzystaniem środka porozumiewania się na odległość w postaci telefonu. Podczas wizyty w lokalu konsument składał podpis na umowie dostarczonej przez kuriera. Tym samym na żadnym z przewidzianych przez Spółkę etapów zawierania umowy z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość w postaci telefonu **nie dochodziło do jednoczesnej fizycznej obecności obu stron w miejscu podpisania umowy.**

B. Procedura zawierania umów po 25 grudnia 2014 r.

Od 25 grudnia 2014 r. definicja umowy zawieranej na odległość, o której mowa w art. 6 uonpk została zastąpiona definicją zamieszczoną w art. 2 pkt 1 upk, zgodnie z treścią którego przez umowę zawartą na odległość należy rozumieć umowę zawartą z konsumentem w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, **bez jednoczesnej**

fizycznej obecności stron, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie.

Po 24 grudnia 2014 r., zgodnie z twierdzeniami Spółki, proces zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych kształtował się następująco.

Przedstawiciel TDD legitymujący się pełnomocnictwem od Spółki podczas osobistej wizyty u konsumenta przedstawiał mu ofertę TDD. W razie wyrażenia przez konsumenta woli zawarcia umowy wypełniał na miejscu formularz umowy. Następnie umowa była podpisywana przez obie strony. Przedstawiciel pozostawiał konsumentowi jeden egzemplarz umowy wraz z załącznikami, a drugi egzemplarz przekazywał do firmy call-center, która następnie przesyłała go do TDD (por. dalsze ustalenia Prezesa Urzędu, z których wynika, że część konsumentów nie otrzymywała pełnej dokumentacji umownej, str. decyzji 62-65).

Spółka wskazała również, że osobista wizyta przedstawiciela TDD u konsumenta mogła być poprzedzona rozmową telefoniczną. W trakcie rozmowy konsultant call-center przedstawiał ogólne informacje o TDD i informował o możliwości zawarcia umowy ze Spółką. W razie wyrażenia przez konsumenta zainteresowania ofertą, konsultant umawiał termin osobistej wizyty przedstawiciela TDD. Jednocześnie Spółka podkreśliła, że po 25 grudnia 2014 r. rozmowa telefoniczna poprzedzająca osobiste spotkanie konsumenta z przedstawicielem Spółki była rozmową wyłącznie informacyjną - kontaktową. W ocenie Spółki umowy te były zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa.

Dowód: pismo Spółki z 14 września 2015 r. (k. 4097 verte, 4098 verte), pismo Spółki z dnia 9 listopada 2015 r. (k. 7310).

Zgodnie z przekazanymi przez Spółkę materiałami w dniu 25 grudnia 2014 r. doszło do zmiany dokumentu [*****], z którego usunięty został rozdział pt. [*****]. Jednocześnie o tym, że Spółka dopuszczała możliwość telefonicznego kontaktu z konsumentem przed złożeniem mu osobistej wizyty świadczy pozostawienie w ww. dokumencie części poświęconej obowiązkom telemarketera. Stosownie do jego postanowień telemarketer powinien przekazać konsumentowi informacje na temat TDD, usług przez nią świadczonych oraz korzyści płynących z podpisania z nią umowy. Zgodnie z twierdzeniami Spółki w trakcie ww. rozmowy telefonicznej ustalał także termin osobistego spotkania przedstawiciela Spółki z konsumentem, wskazując, że tylko podczas takiego spotkania możliwe będzie przedstawienie szczegółowej oferty TDD. [*****

*****]

Dowód:

[*****

*****]

Spółka zaznaczyła, że zarówno przed 24 grudnia 2014 r., jak i po tej dacie, w sytuacji, w której konsument sygnalizował w trakcie wizyty kuriera (później przedstawiciela TDD), że potrzebuje więcej czasu na zapoznanie się z dokumentami, umawiana była kolejna wizyta. TDD wskazała również, że każdorazowo wywiązywała się z obowiązków informacyjnych względem konsumentów nałożonych na nią obowiązującymi przepisami prawa. Prezes Urzędu nie dał wiary ww. wyjaśnieniom (por. ustalenia zawarte na str. 64-66 oraz 57-62 decyzji).

Dowód: pismo Spółki z 14 września 2015 r. (k. 4097 verte).

W oparciu o zgromadzony materiał dowodowy (nagrania telefonicznych rozmów sprzedażowych, wyjaśnienia agentów i ich pracowników oraz sygnały konsumentów i rzeczników konsumentów) - wbrew twierdzeniom Spółki - Prezes Urzędu ustalił, że po 24 grudnia 2014 r. część umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych była w dalszym ciągu zawierana w taki sposób, że **ustalenia dotyczące umowy były dokonywane podczas telefonicznej rozmowy sprzedażowej, a w trakcie wizyty osoby reprezentującej TDD w lokalu konsumenta następowało jedynie ich pisemne potwierdzenie. W konsekwencji umowy te stanowiły umowy zawierane na odległość.**

Z treści nagrań telefonicznych rozmów sprzedażowych przeprowadzanych przez telemarketerów jednego z podmiotów zewnętrznych związanych z TDD umowami agencyjnymi - [*****] - wynika, że po 25 grudnia 2014 r. kontakt telefoniczny TDD z konsumentem **nie był ograniczony jedynie do przedstawienia ogólnych informacji o TDD oraz możliwości zawarcia umowy.**

W oparciu o nagrania telefonicznych rozmów sprzedażowych Prezes Urzędu ustalił, że podczas tych rozmów⁹ konsultanci, odwołując się do wysokości dotychczasowych opłat ponoszonych przez konsumentów za korzystanie z usług telefonicznych, informowali konsumentów o obniżce abonamentu oraz korzyściach płynących z oferty TDD. Podczas rozmów ustalano i potwierdzano dane konieczne do zawarcia umowy o świadczenie usługi telekomunikacyjnej, a także wyjaśniane były konsumentom ich ewentualne wątpliwości dotyczące zawieranej umowy (z zastrzeżeniem uwag zamieszczonych na str. 38-42 decyzji). Po przedstawieniu warunków przez konsultanta, konsument był informowany o tym, że przedstawiciel TDD skontaktuje się z nim w celu dostarczenia wszystkich dokumentów niezbędnych do skorzystania z przedstawionej oferty. Konsumentom byli także informowani o konieczności przygotowania dowodu osobistego oraz ostatniego rachunku za usługi telekomunikacyjne (por. ustalenia z pkt E, str. 37-38).

Dowód: nagrania telefonicznych rozmów sprzedażowych zamieszczone na płytach [*****] (nagrania z okresu od września 2015 r. do lutego 2016 r.) - (k. 7983-7986, k. 8022-8028).

Z przebiegu rozmów telefonicznych wynika, iż podczas wizyty przedstawiciela TDD dochodziło jedynie do pisemnego potwierdzenia zawarcia umowy o świadczenie usług, **której warunki były ustalone podczas rozmowy telefonicznej.** Na konieczność podjęcia przez konsumenta decyzji w przedmiocie skorzystania z oferty już na etapie rozmowy telefonicznej wskazuje także następujący cytat z rozmowy sprzedażowej:

→ *Konsument (dalej jako: „K”): No to niech ktoś przyjedzie ewentualnie i wtedy będziemy rozmawiać.*

Przedstawiciel Call-Center (dalej jako: „CC”): Ale wie pan, ja nie wyślę do Pana przedstawiciela i Pan powie temu przedstawicielowi, że przyjechał na darmo. Bo to jest inna firma. Nie Pan płaci za przedstawiciela, tylko nasza firma. (niewyraźnie) Czy chce Pan płacić mniej.

[*****]

O tym, że - pomimo twierdzeń Spółki - po 24 grudnia 2014 r. część umów pomiędzy TDD a konsumentami była zawierana w trybie na odległość świadczą ponadto sygnały

⁹ Szczegółowy opis przebiegu telefonicznych rozmów sprzedażowych został zamieszczony na str. 29-50 decyzji.

konsumentów oraz zeznania osób pracujących u podmiotów współpracujących ze Spółką złożonych podczas rozprawy administracyjnej (por. str. 55-57).

Dokonując w powyższym zakresie zestawienia wyjaśnień udzielonych przez Spółkę z pozostałym materiałem dowodowym zgromadzonym w aktach sprawy, w szczególności w postaci nagrań rozmów sprzedażowych, wyjaśnień złożonych przez osoby pracujące u agentów TDD, a także w oparciu o treść skarg konsumentów i rzeczników konsumentów, Prezes Urzędu ustalił - wbrew twierdzeniom Spółki - że zarówno przed, jak i po 24 grudnia 2014 r., Spółka zawierała umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na odległość.

Niezależnie od powyższego należy pamiętać, że tryb zawierania przez TDD umów z konsumentami (na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa) jest jednak kwestią drugorzędą dla stwierdzenia stosowania praktyk określonych w pkt I-IV rozstrzygnięcia niniejszej decyzji. Obowiązek przekazywania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, w szczególności informacji określonych w ustawie o prawach konsumenta, a wcześniej w ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów i odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (m.in. w zakresie tożsamości przedsiębiorcy, warunków proponowanej umowy, praw konsumentów, w tym prawa do odstąpienia od umowy) wiąże przedsiębiorców niezależnie od trybu zawierania umów.

5. Przebieg telefonicznej rozmowy sprzedażowej opisany w dokumentach wewnętrznych Spółki

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki przed 25 grudnia 2014 r. w trakcie rozmowy telefonicznej - poprzedzającej wizytę kuriera w miejscu zamieszkania konsumenta - konsultant przedstawiał w sposób ogólny ofertę TDD i warunki jej świadczenia, a po wyrażeniu przez konsumenta zainteresowania ofertą proponował zawarcie umowy. Zgodnie z twierdzeniami Spółki dane osobowe konsumentów, z którymi nawiązywany był kontakt telefoniczny pozyskiwane były ze źródeł powszechnie dostępnych, [*****].

Podczas rozmowy konsument wybierał m.in. rodzaj świadczonych usług, plan taryfowy. Podawał również swoje dane osobowe niezbędne do sporządzenia umowy, dane dotyczące dotychczasowego dostawcy usług telekomunikacyjnych oraz informował, czy wyraża określone zgody, np. na przetwarzanie danych osobowych w celach marketingowych. Ww. dane i informacje dotyczące zgód były wprowadzane do formularza umowy w trakcie rozmowy telefonicznej. Po wypełnieniu umowy konsultant ustalał z konsumentem termin osobistej wizyty kuriera. Na tym rozmowa się kończyła.

Dowód: pismo Spółki z 30 października 2014 r. (k. 5-7, k. 17), pismo z 14 września 2015 r. (k. 4097 verte), pismo Spółki z 21 czerwca 2015 (k. 700), pismo Spółki z 6 lipca 2015 r. (k. 788).

Według TDD do dnia 24 grudnia 2014 r. rozmowa telefoniczna przebiegała w oparciu o [*****] dokument zatytułowany [*****] (dalej jako: „Skrypt”) będący częścią dokumentu [*****]. W Skrypcie wyróżniono [*****].

Zgodnie z treścią Skryptu konsultant kontaktujący się z konsumentem powinien na początku rozmowy poinformować go w szczególności, [*****]

*****]

Na zakończenie rozmowy telefonicznej konsultant powinien
[*****

*****]

Dowód: pismo Spółki z 30 października 2014 r. (k. 17), [*****]
(k. 38-41), „[*****]” (k. 4138 verte - 4141 verte).

Pewne wskazówki co do modelowej treści rozmowy telefonicznej zostały zawarte również w części „[*****]” poświęconej obowiązkom telemarketera. Dokument zawiera w tym zakresie m.in. wyliczenie informacji, do których przekazania zobowiązany jest telemarketer. Na konsultancie ciążył obowiązek poinformowania konsumenta w szczególności o: nazwie przedsiębiorcy, w imieniu którego się kontaktuje oraz o konieczności rozwiązania umowy z dotychczasowym operatorem w razie zawarcia umowy z TDD, warunkach świadczenia usług, w tym cenach usług i usługach dodatkowych, jak również prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni.

Dowód: „[*****]” (k. 4136-4137).

Jak już wskazano na str. 24-27, TDD stoi na stanowisku, że po 25 grudnia 2014 r. zmieniła model zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych w ten sposób, że odstąpiła od szczegółowego prezentowania konsumentom oferty TDD podczas rozmowy telefonicznej. Spółka wskazała, że zgodnie ze zmienioną procedurą rozmowa mogła poprzedzać osobistą wizytę przedstawiciela u konsumenta, ale nie była ona obligatoryjna. Jeżeli już dochodziło do rozmowy telefonicznej, to miała ona wyłącznie charakter informacyjno-kontaktowy i służyła przedstawieniu konsumentowi ogólnych informacji o Spółce, zapoznaniu go z jej działalnością oraz umówieniu terminu wizyty przedstawiciela TDD u konsumenta. Od ww. daty z dokumentu [*****] został usunięty Skrypt.

Dowód: pismo Spółki z 2 marca 2015 r. (k. 108), pismo Spółki z 14 września 2015 r. (k. 4097 verte), pismo Spółki z 9 listopada 2015 r. (k. 7310), [*****] oraz [*****]
(k. 4134-4146), pismo Spółki z dnia 9 listopada 2015 r. (k. 7310).

Jak już wskazano, Prezes Urzędu nie dał jednak wiary tym wyjaśnieniom i ustalił, że także po 24 grudnia 2014 r. warunki umów były ustalane podczas telefonicznych rozmów sprzedażowych, a część umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych pomiędzy konsumentami a TDD była zawierana w trybie na odległość (por. str. 26-27).

W swoich wyjaśnieniach Spółka wskazała, że
[*****

*****].

Dowód: pismo Spółki z 19 października 2015 r. (k. 7205 verte).

6. Przebieg telefonicznej rozmowy sprzedażowej ustalony przez Prezesa Urzędu

O tym, że przekazany przez TDD Skrypt nie był stosowany przez część z podmiotów współpracujących ze Spółką, a rozmowy często odbywały się w oparciu o inne materiały pomocnicze (lub w ogóle pozbawione były jakiegokolwiek wzorca) świadczą poniższe zeznania osób pełniących rolę telemarketerów u różnych agentów współpracujących ze Spółką (pogrubienia własne):

→ „Zrobiłem prezentację na podstawie cennika i na podstawie tego informowałem telemarketerów, o czym mają informować konsumentów. Chodziło o to, żeby klient wiedział o tych informacjach.

(...)

(...) były przygotowane przez mojego szefa, przeze mnie i przez doświadczonych telemarketerów, zawierały one wszystkie informacje, żeby nowo przyjmowana osoba mogła przeprowadzić rozmowę z klientem”.

Dowód: zeznania [*****], protokół z rozprawy administracyjnej z dnia 13 kwietnia 2016 r. (k. 8079-8080).

→ „Konsultanci w trakcie rozmów mieli dostęp do wszystkich tzw. dokumentów konsumenckich, czyli umowy, cennika. **Dysponowali też dostępem do skryptu, który opracowałem razem z [*****].** Skrypt nie był zobowiązujący dla konsultanta. Konsultant mógł odejść od skryptu i prowadzić żywą rozmowę z konsumentem, żeby nie było wrażenia sztuczności. **Nie pamiętam, żeby obowiązkowe elementy rozmowy z konsumentem zmieniały się w toku współpracy z Telekomunikacją dla Domu.** Rozmowa miała mieć podobny przebieg do tego opisanego w skrypcie. Konsultanci mieli przedstawić wszystko, co jest w skrypcie, jednakże mogli to zrobić własnymi słowami”.

Dowód: [*****], protokół z rozprawy administracyjnej z dnia 25 maja 2016 r. (k. 9477).

→ „W trakcie rozmów postugiwałam się książeczką. Nie pamiętam, jakie tam były argumenty. Była tam taka książeczka, z której mogliśmy korzystać oprócz tego cennika. To była jedna wersja książeczki, zawierała kilka stron. Tam były informacje o produkcji. Nie pamiętam, co tam było więcej, bo nie korzystałam zwykle z tej książeczki. **Nie było określonego ogólnie scenariusza rozmowy.** Miałam się przedstawić i zaprezentować ofertę. Byliśmy szkoleni, w jaki sposób w trakcie rozmów radzić sobie z ewentualnymi obiekcjami klientów. Takie kwestie również były zawarte w tej książeczce - myślę, że tak.”

Dowód: [*****], protokół z rozprawy administracyjnej z 15 kwietnia 2016 r. (k. 8094).

→ „**Przed przystąpieniem do rozmów odbyłam bardzo krótkie szkolenie w trakcie którego przekazano mi skrypt (...).** Nie wiem kto opracował ten skrypt. (...) W skrypcie była zawarta [*****], dalej nie umiem sobie przypomnieć. (...) Skrypt, którym się postugiwałam miał [*****], bez względu na zmiany.”

Dowód: [*****],
protokół z rozprawy administracyjnej z 24 maja 2016 r. (k. 9465).

→ „W trakcie rozmów konsultanci nie korzystali z dodatkowych materiałów. Oferta była prosta. Jeżeli klient się szczegółowo dopytywał, to konsultant udzielał takich informacji. (...)”

Dowód:
[*****],
protokół z rozprawy administracyjnej z 23 maja 2016 r. (k. 9436).

Na inny przebieg rozmów telefonicznych, niż ten wynikający ze Skryptu, wskazuje także analiza sprzedażowych rozmów telefonicznych przeprowadzonych w [*****].

Dowód: nagrania telefonicznych rozmów sprzedażowych przeprowadzanych w [*****] zamieszczone na płytach [*****] (nagrania z okresu od września 2015 r. do lutego 2016 r.) - (k. 7983-7986, k. 8022-8028).

Mając powyższe na uwadze Prezes Urzędu ustalił, że przeprowadzanie **szczegółowych telefonicznych rozmów sprzedażowych, podczas których dochodziło do ustaleń w przedmiocie umowy stanowiło przyjętą praktykę Spółki zarówno przed, jak i po 24 grudnia 2014 r.** W oparciu o zgromadzony w postępowaniu materiał dowodowy, w szczególności nagrania rozmów telefonicznych (por. str. 21 decyzji), liczne skargi konsumentów oraz zeznania podmiotów współpracujących i ich pracowników złożone w toku rozprawy administracyjnej przeprowadzonej w ramach postępowania, **Prezes Urzędu ustalił, że rzeczywista treść rozmów telefonicznych znacznie odbiegała od modelowego wzorca zaprezentowanego przez Spółkę.**

W oparciu o analizę telefonicznych rozmów sprzedażowych przeprowadzonych w [*****], a także w oparciu o skargi konsumentów i rzeczników konsumentów, **Prezes Urzędu, ustalił następujący przebieg rozmowy sprzedażowej.**

Kolejne etapy procedury zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych pomiędzy TDD a konsumentami zostały wskazane w pkt A-E.

A.

Analiza nagrań telefonicznych rozmów sprzedażowych wykazała, że na początku rozmowy konsultant przedstawiał się, podając swoje imię i nazwisko oraz wypowiadając nazwę „Telekomunikacja dla Domu”. W czasie rozmowy konsultant **nie wskazywał formy prawnej przedsiębiorcy (spółka z ograniczoną odpowiedzialnością) ani nie informował o adresie przedsiębiorcy (Al. Jerozolimskie 123a, 02-017 Warszawa).** Następnie upewniał się, czy jego rozmówcą jest właściciel telefonu (lub wprost pytał czy rozmawia z konkretną osobą, wskazując ją z imienia i nazwiska), a w razie uzyskania odpowiedzi przeczącej prosił o rozmowę z imiennie wskazanym konsumentem. Powyższe przedstawiają następujące fragmenty telefonicznych rozmów sprzedażowych (pogrubienia własne).

→ K: Halo?

CC: Dzień dobry! Telekomunikacja dla Domu. (...) z tej strony. Czy ja rozmawiam z Panią (...), właścicielką telefonu stacjonarnego?

[*****]

→ CC: Dzień dobry! (...) z Telekomunikacji dla Domu. Czy zastałem właściciela telefonu?

K: Tak.

CC: To pan, tak?

K: Tak.

CC: Bardzo mi miło. Na wstępie tylko poinformuję, że rozmowa może być rejestrowana i rozumiem, że wyraża pan zgodę na przedstawienie oferty **Telekomunikacji dla Domu**.

nagranie: 20151010-102740_683869656_bs_801_409559-all (Płyta T02C03)

→ CC: (0:00) Dzień dobry...

K: (0:01) Dzień dobry.

CC: (0:02) **Telekomunikacja dla domu, (...) z tej strony, czy zastałam Panią (...)?**
[*****]

Jednocześnie na podstawie skarg konsumentów oraz rzeczników konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że część konsultantów nie przekazywała konsumentom informacji na temat pełnej nazwy przedsiębiorcy, ograniczając się do ogólnego stwierdzenia, że reprezentują oni „Telekomunikację”. Na podstawie sygnałów konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że brak rzetelnego przedstawienia nazwy przedsiębiorcy powodował, iż konsumenci nie byli świadomi, iż ich rozmówcą jest przedstawiciel Telekomunikacji dla Domu. Świadczą o tym następujące cytaty z sygnałów konsumentów oraz rzeczników konsumentów (podkreślenia i pogrubienia własne):

→ "Oświadczam, że nie zostałem poinformowany że Spółka jest odrębnym podmiotem gospodarczym (sp. z o.o.) jak również o możliwości odstąpienia od Umowy. Są to kolejne nieprawdy. (k. 1003),

→ "Rzeczywiście kończyła mi się umowa z dotychczasowym operatorem, konsultant przedstawił się jako Telekomunikacja z propozycją zawarcia nowej umowy. Byłem przekonany, że telefon pochodzi od dotychczasowego operatora i dotyczy przedłużenia umowy.

(...)

Bardzo się spieszył, co nie pozwoliło mi przeczytanie umowy, nakazał podpisanie kilku druków (dowód: umowa). Nie pozostawiono mi wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, z pewnością było to celowe działanie kuriera mające na celu utrudnienie odstąpienia od umowy". (k. 1024),

→ "(...) dzwonił do mnie i mojej żony przedstawiciel firmy telekomunikacyjnej z ofertą obniżenia opłaty za usługi na telefon stacjonarny poprzez przyjęcie umowy na inną taryfę.

(...)

Osoba, która do mnie dzwoniła (...) nie przedstawiła rzetelnie nazwy firmy (...) w efekcie zgodziłem się na nową <atrakcyjną> usługę" (k. 1432),

→ "Osoba dzwoniąca poinformowała mnie, iż reprezentuje Telekomunikację (co sugeruje operatora, z którego sieci korzystam obecnie), następnie wielokrotnie zapewniała, iż nie proponuje nowej umowy jedynie darmowe rozmowy od obecnie obowiązującej. Ponadto powoływała się na wieloletnią współpracę ze mną jako abonentem i zapewniała, że rachunku nadal będę otrzymywać wyłącznie od obecnego operatora." (k. 3179)

→ "(...) ponieważ byłem przekonana, iż nie zawieram nowej umowy z innym operatorem niż dotychczasowy, a jedynie zmieniam dotychczas obowiązującą umowę. Zapewnienia tej treści uzyskałam do przedstawiciela Telekomunikacji dla Domu Sp. z o.o., który telefonicznie przedstawił mi ofertę oraz od przedstawiciela Spółki, który dostarczył mi do podpisania dokumenty" (k. 3187),

→ "(...) otrzymałem telefon, w którym przedstawiono mi propozycja obniżenia abonamentu telefonicznego. Miły głos mówił, że ponieważ jestem długoletnim

i solidnym odbiorcą usług Telekomunikacji proponują mi obniżony abonament z 30 zł na 20 zł/m-c. Zgodziłem się ponieważ była mowa o Telekomunikacji.

(...)

(...) zgłosił się kurier, który przedstawił mi się jako przedstawiciel Telekomunikacji" (k. 3633),

→ *z pisma powiatowego rzecznika konsumentów - "Reprezentujący Państwo rozmówca przedstawił się jako przedstawiciel sieci Orange. (...)." (k. 9250),*

→ *"(...) otrzymałem telefon pani przedstawiła się, że nazywa się (...), że rozmowa jest nagrywana, dzwoni z telekomunikacji mówi że ma propozycję obniżenia opłaty miesięcznej do 20 zł za usługi telefoniczne. (k. 9604 (55)),*

→ *"(...) przyjechał Pan, którego nazwiska nie znam, gdyż się nie przedstawił, ani wylegitymował. Powiedział, że jest z Telekomunikacji. Nie poinformował mnie, że przyjechał spisać umowę z firmą „Telekomunikacja dla domu”. Nie przedstawił żadnej oferty.*

(...)

Nie pozostawiając mnie żadnych dokumentów ani umowy, ani formularza odstąpienia od niej i odjechał. W związku z tym przez cały czas byłam nieświadoma, że taka umowę podpisałam." (k. 9604 (247)),

→ *"(...) wizyta w moim domu przedstawiciela Telekomunikacji poprzedzona była telefonem - rozmówca nie przedstawił się z imienia i nazwiska i nie sprecyzował jakiego operatora reprezentuje, powiedział, że dzwoni aby poinformować mnie, że ma dla mnie korzystną ofertę obniżenia przez Telekomunikację wysokości opłat abonamentu z kwoty 49 zł miesięcznie do kwoty 19 zł.*

(...)

Przedstawiciel firmy podczas wizyty nie poinformował mnie kogo reprezentuje. (...)
(k. 9604 (1109))

→ *"(..) Rozmówczyni nie przedstawiła się, powiedziała tylko, że mówi w imieniu telekomunikacji i proponuje obniżenie opłat za połączenia telefoniczne. (...) Rozmówczyni j/w nie poinformowała mnie, że reprezentuje TD, a ogólnie: „że reprezentuje telekomunikację (...) Nie zostałam poinformowana ani przez rozmówczynię (..) ani przez kuriera o prawie i formie oświadczenia przysługującego mi w sytuacji ewentualnej odmowy co do kontynuacji umowy.(..) Nie wręczono mi żadnego wzoru treści odmowy kontynuacji umowy. Nie otrzymałam również wzoru oświadczenia o odstąpieniu, nie mówiąc już o poinformowaniu mnie, że takie prawo przysługuje mi w ciągu 10 dni od zawarcia umowy." (k. 9604 (1051)),*

→ *„odebrałam telefon, osoba dzwoniąca nie przedstawiła rzetelnie nazwy firmy w imieniu, której dzwoni, a w trakcie prowadzonej konwersacji utwierdziła mnie w przekonaniu, że działa w imieniu operatora telekomunikacyjnego, który dotychczas świadczył na moją rzecz usługi telekomunikacyjne. Na skutek błędnego przekonania, iż rozmawiam z przedstawicielem mojego dotychczasowego operatora telekomunikacyjnego zaakceptowałam przedstawioną mi ofertę. (...) oferta zapewniała mi otrzymanie aparatu telefonicznego, bez obowiązku uiszczania za niego zapłaty, a także niski abonament”. (...) zostałam zapewniona o tym, iż nie zostanie zmieniony mój dotychczasowy numer telefonu”. (k. 11734).*

B.

Po ustaleniu, że rozmawia z właściwą osobą, konsultant przechodził do przedstawienia oferty. Rozpoczął słowami: „Rozumiem, że wyraża Pan/Pani zgodę na przedstawienie oferty”, nie pozostawiając jednak konsumentowi możliwości wypowiedzenia się, czy

rzeczywiście taką zgodę wyraża. Konsultant wskazywał także, że rozmowa może być nagrywana. Następnie informował konsumenta, że kontaktuje się z nim w związku z obniżeniem od przyszłego okresu rozliczeniowego opłaty abonamentowej za usługę telefonii stacjonarnej [*****], jak sugerował Skrypt- por. str. 27-28). Wskazywał, że abonament zostanie obniżony do kwoty 25 zł brutto oraz wymieniał dodatkowe korzyści przysługujące konsumentowi w ramach abonamentu, tj. pakiet 100 minut oraz - w przypadku oferty *Mobilny Dom* - darmową wymianę aparatu telefonicznego. Co istotne, informując konsumenta o obniżce abonamentu, konsultant odnosił się do indywidualnej sytuacji konsumenta, sugerując, że wie, iż konsument - mimo sporadycznego korzystania z telefonu - **opłaca wysoki abonament**. Opisany wyżej etap rozmowy telefonicznej obrazują poniższe fragmenty rozmów (pogrubienia własne):

- CC: (0:25) *Dzwonię do Pani, ponieważ od kolejnego miesiąca rozliczeniowego abonament na telefon stacjonarny zostanie obniżony do kwoty 25 zł brutto. W abonamencie do wykorzystania jest 100 minut miesięcznie, oprócz tego w ramach abonamentu do wykorzystania ma Pani yyy Boże... wymieniamy Pani telefon na nowy telefon stacjonarny przenośny za darmo, bardzo przepraszam, ale... (śmiej konsultanta).*
[*****]
- CC: (0:19) *Dzwonię do Pani, ponieważ od kolejnego miesiąca rozliczeniowego abonament za telefon stacjonarny zostanie obniżony do kwoty 25 zł brutto, bo obecnie płaci Pani większy abonament, a zbyt dużo z tego telefonu nie jest już korzystane więc abonament zostaje z tej okazji obniżony. W abonamencie do wykorzystania jest 100 minut miesięcznie oprócz tego w ramach abonamentu wymieniamy Pani telefon na nowy telefon stacjonarny przenośny zupełnie za darmo.*
[*****]
- CC: (0:07) *Dzwonię do Pani, ponieważ od kolejnego miesiąca rozliczeniowego abonament na telefon stacjonarny zostanie obniżony do kwoty 25 zł brutto, ponieważ płaci Pani abonament wyższy i zbyt wiele z tego telefonu nie korzysta w związku z tym dostosowaliśmy do Pani ofertę. W abonamencie do wykorzystania jest 100 minut miesięcznie, oprócz tego w ramach abonamentu wymieniamy Pani telefon na nowy telefon stacjonarny przenośny zupełnie za darmo.*
[*****]
- CC: (0:33) *Dzwonię do Pana, ponieważ od kolejnego miesiąca rozliczeniowego będzie wprowadzona obniżka w abonamencie i będzie on teraz wynosił 25 zł oraz dodatkowo otrzyma Pan 100 darmowych minut co miesiąc do wykorzystania, oraz nowy telefon stacjonarny w ramach tego abonamentu. Bo rozumiem, że wolałby Pan jak najniższy ten abonament płacić, prawda?*
K: (1:09) *Jeszcze raz niech..., może Pani powtórzyć?*
CC: (1:11) *Abonament 25 zł, to już jest z VAT-em brutto, w tym będzie Pan miał co miesiąc 100 minut do wykorzystania i nowy telefon stacjonarny przenośny tutaj już w ramach abonamentu.*
K: (1:26) *Aha, czyli jako upominek?*
CC: (1:27) *No w ramach abonamentu, tak można powiedzieć. Dobrze.*
[*****]
- CC: (0:08) *Dzwonię w sprawie telefonu stacjonarnego.*

K: (0:11) *No i co? Ale o co chodzi, co telefon stacjonarny? Przecież mam go 30 lat i co?*

CC: (0:19) *Pani Genowefo proszę się nie denerwować, bo ja słyszę już w Pani głosie nerwy.*

K: (0:23) *No tak, bo jestem zdenerwowana, bo to jest dzisiaj drugi telefon odnośnie tego. (...)*

CC: (0:40) *Dzwonię ponieważ od kolejnego miesiąca została dla Pani przygotowana obniżka, 25 zł brutto abonament będzie wynosił.*

K: (0:48) *No.*

CC: (0:50) *Dodatkowo będzie Pani miała do wykorzystania 100 darmowych minut.*

K: (0:54) *No, no, rozumiem.*

CC: (0:56) *I oprócz tego otrzyma Pani nowy telefon stacjonarny zupełnie za darmo. To jest telefon bezprzewodowy na kartę sim, z wysokim zasięgiem, także spokojnie można wyjść z nim z domu.*

K: (1:10) *Ale moja miła, ten telefon, wie Pani co, ja nie wychodzę z domu więc może sobie darujecie. Jak Pani uważa?*

CC: (1:16) *No ten telefon to i tak Pani otrzyma.*

[*****]

→ CC: (1:42) *Panie Henryku ja dzwonię do Pana, ponieważ z racji tego, że płaci Pan ten abonament dość wysoki, a mało Pan korzysta z tego telefonu, to teraz od kolejnego miesiąca ten abonament będzie obniżony do kwoty 25 zł i Pan co miesiąc do wykorzystania będzie miał 100 minut darmowych o wartości, tutaj yyy, Panie Henryku, do tego otrzyma Pan zupełnie za darmo nowy telefon stacjonarny (...)*

K: (2:23) *I na pewno będzie obniżony abonament?*

CC: (2:25) *Tak Panie Henryku, od kolejnego miesiąca będzie Pan już do końca trwania umowy miał abonament 25 zł, tak? I on się już nie zmieni, tak? Taki abonament będzie, bo Pan miał wyższy, a nie ma sensu, żeby był jednak wyższy, bo Pan nie dzwoni dużo, prawda? Z tego telefonu?*

[*****]

→ CC: (1:11) *Proszę Pana, ja tutaj dzwonię do Państwa z racji tego, że Państwo płacą ten abonament dość wysoki, a mało Państwo korzystacie z tego telefonu dlatego teraz od kolejnego miesiąca ten abonament będzie u Państwa obniżony do kwoty 25 zł i Państwo co miesiąc do wykorzystania będziecie mieli 100 minut darmowych, tak? Czyli tak jak powiedziałam, ten abonament będzie u Państwa obniżony i on już pozostanie taki do końca trwania umowy, tak? Czyli on już się tutaj nie będzie zmieniał, a dodatkowo Państwo otrzymają zupełnie za darmo nowy telefon stacjonarny i oczywiście przedstawiciel przyjedzie i Państwu ten telefon podłączy.*

[*****]

→ CC: (0:09) *Panie Zyguncie dzwonię, ponieważ od kolejnego miesiąca będziemy wprowadzać obniżkę w pana abonamencie i teraz abonament będzie wynosił tylko 25 zł i będzie miał pan aż 100 darmowych minut co miesiąc, dodatkowo panie Zyguncie otrzyma pan nowy, bezprzewodowy telefon stacjonarny zupełnie za darmo ponieważ on jest w ramach abonamentu, a spełnia pan wszystkie warunki, by ten telefon właśnie otrzymać.*

[*****]

C.

Po zakomunikowaniu konsumentowi informacji o obniżce abonamentu konsultant przechodził do kolejnego etapu rozmowy, jakim było ustalenie **danych osobowych** konsumenta. Pozyskanie danych odbywało się zazwyczaj w ten sposób, że konsultant prosił o **potwierdzenie danych**, w których był już posiadaniem (np. miejscowość, ulica) i jednocześnie pytał konsumenta o pozostałe dane (nr ulicy, domu, kod pocztowy). Co istotne, „odpytywanie” konsumenta o jego dane osobowe **przybierało zazwyczaj formę potwierdzania tych danych**, tak jakby konsultant w istocie był w ich posiadaniu. Przykładowo:

- *CC: W takim razie tylko proszę sprawdzić czy wszystko się zgadza? Na rachunku w dalszym ciągu widnieje Pani Mirosława (...) z miejscowości (...) na ulicy (...), ile pani Mirosławo?*
K: (1:06) 18.
CC: (1:08) Dobrze, to się zgadza, a kod pocztowy na jaką miejscowość jest?
K: (1:10) Kod pocztowy, poczta (...).
CC: (1:14) Dobrze.
*[*****]*
- *CC: Na rachunku widnieje miejscowość (...), pani Maria (...), ulica (...), ile Pani Mario?*
K: (0:53) 14/3.
CC: (0:55) To się zgadza. A kod pocztowy na (...), tak?
K: (0:57) Tak.
*[*****]*
- *CC: To ja tylko sprawdzę czy się wszystko zgadza. Czyli na rachunku nadal widnieje Pan Jerzy (...), z miejscowości (...), to się zgadza?*
K: (1:42) Zamieszkanie (...), a w tej chwili zameldowanie. Zamieszkanie (...).
CC: (1:50) Tak, tak, ale tutaj rachunki przychodzą na (...) czy (...)?
K: (1:55) No inaczej, ten telefon i wszystko jest w (...). Ten sam numer, ta sama poczta, ale w (...).
CC: (2:00) Aha, (...), tak?
K: (2:03) Tak jest, (...). A przedtem (...) (...)
CC: (2:11) A teraz jest (...), tak? (...)
CC: (2:28) Dobrze. To się wszystko zgadza teraz, dobrze i jeszcze proszę potwierdzić kod pocztowy na (...).
K: (2:32) (...).
CC: (2:36) Dobrze, to się zgadza wszystko tutaj.
*[*****]*

D.

Po uzyskaniu danych osobowych konsultant przystępował do uzyskania informacji na temat nazwy operatora, dotychczas świadczącego usługi telekomunikacyjne na rzecz konsumenta. W razie zgłaszania przez konsumenta wątpliwości w tym zakresie konsultant prosił go o sprawdzenie nazwy operatora widniejącej na ostatniej fakturze. Podobnie jak przy pozyskiwaniu danych osobowych również w tym wypadku konsultant stosował takie zabiegi słowne, które sugerowały konsumentowi, że jest on w posiadaniu nazwy dotychczasowego operatora i prosi o jej podanie jedynie celem weryfikacji. Co więcej, w przypadku nieuzyskania takiej informacji od konsumenta konsultant informował go, że ma możliwość jej sprawdzenia. Ww. etap rozmowy telefonicznej obrazują następujące fragmenty rozmów:

- CC: (1:14) *Operator jaki znajduje się na ostatnim rachunku?*
 K: (1:20) *Nie mam rachunku przed sobą.*
 CC: (1:25) *No, ale yyyyy....tak, to, mogłaby Pani sprawdzić na przykład dla mnie?*
 (...)
 K: (2:55) *No ja mam Orange.*
 CC: (2:58) *No Orange, wszystko się zgadza, nic nie było zmieniane w takim razie.*
 [*****]
- CC: (0:59) *Operator jaki widnieje na ostatnim rachunku?*
 K: (1:00) *Chwilę, muszę otworzyć.*
 CC: (1:02) *Dobrze.*
 K: (1:26) *Orange, tak?*
 CC: (1:28) *Tak, tak, to się wszystko zgadza, bez zmian wszystko.*
 [*****]
- CC: *I dla formalności tylko proszę potwierdzić operatora jaki widnieje na ostatnim rachunku, czyli jaka telekomunikacja przysłała rachunki?*
 K: (2:45) *Wie Pani co? Orange? Nie, no Telekomunikacja Polska.*
 CC: (2:53) *To znaczy ale nazwa firmy, bo tych telekomunikacji jest ponad 20 na rynku, tak?*
 K: (2:55) *Choćby mnie Pani zabiła to w tej chwili nie jestem w stanie tego powiedzieć, córka mi to wszystko pilotuje, a ja jestem w domu z żoną tylko teraz.*
 CC: (3:05) *Aha, dobrze, to ja już sobie to zweryfikuje czy nie było tutaj żadnej zmiany.*
 [*****]

E.

Na zakończenie rozmowy konsultant informował konsumenta, że skontaktuje się z nim przedstawiciel, który dostarczy mu wszelkie dokumenty potrzebne do skorzystania z oferty, jak również ustalał dogodny termin wizyty przedstawiciela. Dodatkowo konsultant prosił konsumenta o przygotowanie na czas wizyty dowodu osobistego i rachunku za telefon stacjonarny oraz uprzedzał, że na doręczonych dokumentach będzie widniała nazwa „Telekomunikacja dla Domu”. Na zakończenie telemarketer wskazywał, że po podpisaniu dokumentów nastąpi obniżenie abonamentu. Wskazują na to następujące fragmenty rozmów:

- CC: (1:28) *Skoro wszystko się zgadza nasz przedstawiciel skontaktuje się z panią w ciągu 5 dni roboczych i dostarczy do Pani wszystkie potrzebne dokumenty na potwierdzenie obniżki oraz telefon, który oczywiście Pani podłączy. W domu w jakich godzinach najlepiej się z Panią skontaktować?*
 [*****]
- CC: (4:50) *To proszę, żeby Pan wtedy miał tylko wtedy przygotowany rachunek za telefon stacjonarny i dowód osobisty, żeby też przedstawicielka miała pewność, że rozmawia z właścicielem czyli z Panem, dobrze? (...)*
 CC: (5:52) *Dobrze, czyli tak jak mówiłam, tu w ciągu 5 dni roboczych się skontaktuje na ten telefon Pana komórkowy, na dokumentach będzie napisane Telekomunikacja dla Domu i po podpisaniu dokumentów będzie aktywny abonament 25 zł od kolejnego miesiąca rozliczeniowego. Także z mojej strony to wszystko, bardzo proszę czekać na kontakt od przedstawicielki i miłego dnia. Dziękuję.*
 [*****]

→ CC: (4:36) *Dobrze Panie Henryku, na ten adres skontaktuje się przedstawiciel i dostarczy tutaj do Pana dokumenty, żeby ten abonament już był obniżony i ten telefon państwu podłączy. (...) także bardzo Pana proszę, żeby miał Pan tylko przygotowany tutaj dowód i rachunek za telefon właśnie z Orange, ten co Pan trzyma w ręce, żeby przedstawiciel wiedział, że jest Pan właścicielem telefonu, tak? Przedstawiciel się skontaktuje w ciągu 5 dni, on na dokumentach będzie miał napisane oczywiście Telekomunikacja dla domu i po podpisaniu Państwo ten abonament już będą mieli obniżony, tak jak powiedziałam, 25 zł już do końca umowy. I to już się nie zmieni. I oczywiście ten Telefon Państwo będą mieli podłączony, także Panie Henryku ja dziękuję bardzo za rozmowę i proszę czekać na przedstawiciela.*
[*****]

Jak wynika z powyższych ustaleń, nazwa „Telekomunikacja dla domu” zazwyczaj była przywoływana przez konsultantów na początku rozmowy telefonicznej (por. str. 31 decyzji oraz pod jej koniec (por. str. 37 decyzji). Poza ww. momentami część konsultantów wskazywała, iż dzwoni z „Telekomunikacji dla domu”, gdy konsumenci wyrażali swoje wątpliwości odnośnie przyjęcia oferty oraz dopytywali, czy wyrażenie na nią zgody będzie wiązało się z zawarciem umowy z podmiotem innym niż ich dotychczasowy dostawca (por. str. ustalenia poniżej). Podaniu nazwy „Telekomunikacja dla Domu” nie towarzyszyło jednak wskazanie jej formy prawnej ani siedziby, co wskazywałoby na to, że konsument ma do czynienia z przedsiębiorcą innym niż jego dotychczasowy dostawca.

Jak wskazano powyżej (str. 33-36), konsultanci **informowali** konsumenta o tym, iż abonament zostanie obniżony do określonej kwoty w stosunku do oferty, z której ówczesnie korzystali. Jednocześnie na podstawie przekazanych nagrań Prezes Urzędu ustalił, że w trakcie rozmów telefonicznych konsultanci **nie wskazywali w sposób jednoznaczny, że celem kontaktu z konsumentem jest zawarcie z konsumentem nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych** - z innym dostawcą usług, niż ten, z którego usług dotychczas korzystał konsument.

Na zgłaszane przez konsumentów wątpliwości dotyczące konieczności ewentualnej rezygnacji z usług dotychczasowego operatora i konsekwencji z tym związanych, konsultanci co do zasady reagowali w dwojaki sposób: albo informowali go, że nie musi z niczego rezygnować albo unikali udzielenia jednoznacznej odpowiedzi, wskazując jedynie, że po ich stronie leżą wszystkie formalności związane z zawarciem umowy. Odpowiedzi konsultantów **były wymijające**. Pomimo wyraźnych sygnałów konsumentów, iż nie rozumieją oni celu prowadzonej rozmowy oraz tego, z jakim podmiotem mają zawrzeć ewentualną umowę, konsultanci **ponawiali szablonowe odpowiedzi i nie tłumaczyli ww. kwestii w zrozumiałym dla konsumentów sposób**. W przypadku zgłoszenia przez konsumenta wątpliwości konsultanci **starali się także zmieniać temat rozmowy**, pytając o dane osobowe czy też udzielając odpowiedzi jedynie w części, pomijając istotę zadawanego przez konsumenta pytania. Konsultanci **zapewniali też często konsumentów, iż wyrażenie zgody na prezentowaną im ofertę nie będzie wiązało się dla nich z negatywnymi konsekwencjami**.

Obrazują to następujące cytaty:

→ K: (1:02) *No to jest Netia.*

CC: (1:06) *No pan w Netii jest, a ja dzwonię z Telekomunikacji dla domu do wszystkich klientów niezależnie na jakich łączach się znajdują, pan jest w Netii*

dlatego też do pana dzwonię, aby obniżyć panu abonament od kolejnego miesiąca, od września, tak?

K: (1:19) Ale nie, Netia tak jak byłem, tak jestem.

CC: (1:25) No ale Pan bardzo dużo płaci, a nie korzysta tyle z tego telefonu.

K: (1:42) To jeszcze za 2 tygodnie to rozmyślę.

CC: (1:45) Ale co za 2 tygodnie?

K: (1:47) No czy zmienię czy nie.

*CC: (1:50) **No ale nad czym się tu zastanawiać? Mam dla pana tutaj ofertę, jak najlepszą dla pana, dostaje pan za 25 zł abonament, 100 minut darmowych co miesiąc i jeszcze pan dostaje nowy telefon bezprzewodowy za darmo. On jest w ramach abonamentu panie Zigmuncie. Tak? Halo?***

K: (2:16) No tego... tylko nie wiem do kiedy mam umowę z Netią.

*CC: (2:22) **No ma pan teraz podpisaną, ale to nie jest teraz najistotniejsze, tu wszystkim nasza firma się zajmuje, wszystkimi formalnościami, żeby pan nigdzie nie musiał jeździć, bo wszystkim my się zajmujemy, żeby tutaj pan od kolejnego miesiąca płacił już mniej.***

*[*****]*

→ *K: (0:28) No ale ja nie mam telefonu w waszej firmie.*

*CC: (0:30) Yhy, to się zgadza Panie Stanisławie, **ja dzwonię, ponieważ jest to oferta dla wszystkich klientów, niezależnie od tego na jakich łączach się znajdują, tak? Dlatego ja pozwoliłam sobie również tutaj do Pana zadzwonić.***

K: (0:40) No ale ja jestem, yyy... łączy TP, czyli obecnie jest Orange. Ale ja mam ten telefon w Netii.

CC: (0:50) Yhy, to się zgadza proszę Pana, bo Netia również znajduje się na łączach Orange, dlatego ja pozwoliłam sobie do Pana zadzwonić, tak? Gdyby Pan tutaj nie miał podpisanej umowy i nie znajdował się na łączach to ja bym do Pana nie mogła zadzwonić po prostu, bo to jest oferta dla wszystkich klientów, którzy mają podpisane umowy i znajdują się na łączach Orange Polska S.A., dlatego Panie Stanisławie, Pan również może sobie skorzystać z takiej oferty jeżeli Pan oczywiście by chciał, tak?

K: (1:15) No czyli muszę zrezygnować z Netii, tak?

*CC: (1:22) **Panie Stanisławie, dla wyjaśnienia, tutaj oczywiście Pan tutaj z niczym nie musi Pan załatwiać, z niczego rezygnować, bo wszelkimi formalnościami dotyczącymi tej zmiany zajmujemy się nasza firma, tak?***

K: (1:37) Halo. Po malutku.

CC: (1:36) Słucham Pana?

K: (1:38) Kiedyś już też takie coś miałem i właśnie chciałem przejść do was i wasza firma się zajęła i tak się zajęła, że ja później zapłaciłem do was karę za, za...

CC: (1:50) Ale ja nie dzwonię z Orange, panie Stanisławie, ja dzwonię z Telekomunikacji dla domu.

*[*****]*

K: Ale ja, przepraszam, nie mogę teraz niczego zmieniać, bo mam umowę niedawno podpisaną, na 2 lata.

*CC: **Pani Bogumiło, no właśnie dlatego do Pani dzwonię, bym nie dzwoniła, gdyby nie miała Pani umowy podpisanej, tak? No to jest warunek konieczny do tego, abym Pani obniżyła abonament, innej możliwości nie ma. Ma Pani podpisaną umowę, tutaj z Orange, więc tutaj spełnia Pani warunki obniżki abonamentu.***

(...)

K: No ale to znaczy no i co, to są jakieś zmiany w umowie, czy po prostu...

CC: Tak tak, tamta umowa zostaje anulowana, każda zmiana tutaj w abonamencie musi zostać potwierdzona w dokumentach, **więc tamtą umowę anulujemy**, będzie Pani miała nową umowę i w tej umowie będzie właśnie potwierdzone, że Pani odbiera ten telefon, więc **przypominam, on jest za darmo dla klientów, tutaj żadnych dodatkowych kosztów nie ma ukrytych, tak?** Więc wymieniamy te telefony, żeby tutaj była pewność, że klienci mogą korzystać z tych telefonów w pełni mogą wykonywać te połączenia telefoniczne i nie być po prostu ograniczonym, jakimiś zakłóceniami na liniach, tak? Więc tutaj Pani Bogumiło dlatego do Pani dzwonię, dzwoniło do Pani w tej sprawie, tylko Pani nie w pełni, jakby to odebrała, tak?

[*****]

→ K: Ale ja mam podpisaną umowę z kim innym.

CC: A ja właśnie do pana dzwonię, bo ma pan umowę podpisaną. **Bo gdyby nie ta umowa, to nie mógłby pan z tego skorzystać.** A tak dzięki podpisanej umowie spełnia pan warunki, żeby płacić mniej, prawda? To proszę tylko sprawdzić, czy wszystko się zgadza. **Czyli na rachunku nadal widnieje pan (...) i to będzie miejscowość (...), to się zgadza tak?**

K: Tak.

CC: Dobrze, to proszę mi tylko potwierdzić numer domu, mieszkania.

K: Ale na co to panu?

CC: No bo jeżeli chce pan płacić 25 złotych, to aj muszę zweryfikować, czy wszystko się zgadza.

K: Ale ja mam umowę z innym operatorem, nie z telekomunikacją.

CC: **Telekomunikacja, to każda firma, która świadczy usługi telekomunikacyjne, pan jest w telekomunikacji, tak?** Gdyby nie miał pan podpisanej umowy, to ja nie miałbym sensu do pana dzwonić. **Musi mieć klient podpisaną umowę, żeby skorzystać z obniżenia abonamentu.**

K: Teraz ja z tego nic nie rozumiem.

CC: A z jakiego operatora pan korzysta?

K: Z Netii.

CC: No właśnie. **Ma pan podpisaną umowę z Netią i dlatego ja do pana dzwonię, bo tak jak mówię tak, dzięki tej podpisanej umowie, ja mogę do pana zadzwonić, tak?** I może pan skorzystać i obniżyć sobie te koszty do 25 zł, jeżeli chodzi o abonament na telefon. To się wszystko zgadza.

K: Nie jestem przekonany do tego w ogóle.

CC: Czego pan nie rozumie, co panu wytłumaczyć?

K: No bo jeżeli ja mam z Netią umowę podpisaną ...

CC: Mhm i to się zgadza. To jest obniżka abonamentu dla wszystkich klientów, którzy mają podpisaną umowę. Spełnia pan właśnie warunek żeby mógł pan płacić mniej.

K: Nie koliduje z Netią? Nie wiem, czy to jest ...

CC: **Nie, nie koliduje. Formalnościami dotyczącymi obniżenia abonamentu zajmujemy się my, prawda?** Pan nie musi wychodzić z domu, nie musi nigdzie dzwonić niewyraźnie i tak dalej, bo tym wszystkim zajmujemy się po prostu my. I żeby móc skorzystać z tej obniżki no musi pan mieć podpisaną umowę. Pan ma podpisaną umowę z Netią, tak? Dlatego też do pana dzwonię.

K: No ja mam podpisaną na rok czasu.

CC: No właśnie, jak najbardziej. Dlatego panu tłumaczę, tak, że **to jest obniżka dla wszystkich klientów, którzy mają podpisaną umowę.** Gdyby nie miał pan podpisanej umowy, to bym nie miał sensu do pana dzwonić, tak? Żeby móc skorzystać

z obniżki abonamentu, trzeba mieć podpisaną umowę. Pan taką umowę ma podpisaną właśnie z Netią i dlatego do pana dzwonię. Dlatego może pan z tego skorzystać.

(...)

K: Netii będę płacił mniej?

CC: Pan Netii w ogóle nie będzie płacił. Będzie pan miał jeden rachunek stacjonarny, który będzie wynosił 25 zł.

(...)

CC: Czego się pan obawia?

K: Że coś podpiszę i będzie po prostu później coś nie w porządku.

CC: Proszę się naprawdę o to nie martwić, tak? Tak jak już mówiłem to będzie kwota 25 zł brutto i nie będzie pan musiał wychodzić z domu na dobrą sprawę, nie będzie musiał żadnych ...

K: Wie pan, starszych ludzi, to tak nabierają. Dzwonią, później okazuje się, że coś jest nie w porządku.

CC: Ja rozumiem. To jest tak jak panu tłumaczę, tak? To jest dla wszystkich klientów obniżka przygotowana, którzy mają podpisaną umowę, tak? Dlatego też do pana dzwoniemy właśnie. To o czym rozmawiamy zostanie oczywiście potwierdzone. Przyjdzie do pana przedstawiciel, który przypomnę podłączy panu telefon stacjonarny, tak? Który też jest za darmo. W ramach abonamentu.

(...)

K: No to niech ktoś przyjedzie ewentualnie i wtedy będziemy rozmawiać.

CC: Ale wie pan, ja nie wyślę do pana przedstawiciela i pan powie temu przedstawicielowi, że przyjechał na darmo. Bo to jest inna firma. Nie pan płaci za przedstawiciela, tylko nasza firma. (niewyraźnie) Czy chce pan płacić mniej.

(...)

K: Nie, na razie dziękuję, naprawdę.

CC: Proszę bardzo.

[*****]

→ K: (3:30) A niech mi Pani powie czy to jest ta sama firma co mam? To nie jest że będę zmieniał firmę czy coś takiego? Ja będę miał jakieś problemy z Internetem potem?

CC: (3:40) Internet tutaj bez zmian pozostaje. Z Internetem nic się nie zmienia.

K: (3:46) Aha, czyli zostaje w firmie, która...

CC: (3:47) Numer telefonu bez zmian, tak? I Internet również bez zmian.

K: (3:50) A firma, która mnie obsługuje jest ta sama czy to jest inna?

CC: (3:54) Nie, ja tu dzwonię z Telekomunikacji dla domu, bo to jest oferta dla wszystkich klientów, którzy mają umowy niezależnie na jakich łączach się znajdują.

K: (4:04) No wie Pani, żeby nie, żeby nie obudził się potem, że obsługuje mnie jakaś inna firma i kłopoty sobie zrobię.

CC: (4:11) Nie, nie. Tak jak mówię, ja tu dzwonię z Telekomunikacji dla domu, tak? Z ofertą dla wszystkich klientów, którzy są w ciągu trwania umowy, niezależnie na jakich łączach się tutaj znajdują.

[*****]

→ K: Czyli to nie jest z ramienia Orange?

CC: Nie, to jest Telekomunikacja dla Domu.

K: Znowu jakaś nowa firma, która proponuje obniżkę, że tak powiem...

CC: Tak, ale i tak nadal będzie Pan otrzymywał tylko jedną fakturę. Abonament będzie niższy proszę Pana, także proszę to wszystko żonie przekazać, **bo ona będzie myślała, że to inna firma, że dostanie może dwie faktury.**

K: No właśnie.

CC: Tylko jedną fakturę. Nadal będzie jedna faktura proszę Pana. Będzie tylko obniżony abonament.

[*****]

→ CC: (3:56) *W takim razie ślicznie dziękuję i... tak... proszę przygotować tylko dowód osobisty jak będzie Pani tam jechała do mamy, to proszę mieć przy sobie dowód osobisty i ostatni rachunek, bardzo ważne, żeby przedstawiciel miał pewność, że rozmawia z właścicielem telefonu, dobrze?*

K: (4:15) *Dobrze.*

CC: (4:16) *W takim razie, tak, na dokumentach będzie napisane Telekomunikacja dla domu.*

K: (4:22) *Bo ja jeszcze nie zapłaciłam.*

CC: (4:25) *Ale to spokojnie, to nie ma problemu. Na dokumentach będzie napisane Telekomunikacja dla domu, po podpisaniu abonament zostanie obniżony.*

K: (4:33) *To jest normalnie Telekomunikacja? To jest Orange? Czy to jest jakaś Telekomunikacja Novum?*

CC: (4:35) *To jest Telekomunikacja dla domu, dzwonię z Telekomunikacji dla domu, dzwonię do wszystkich klientów, którzy już mają podpisaną umowę bez względu na jakich łączach się znajdują, dobrze...*

K: (4:44) *Aha, ale to nie jest żadna, yyy, to będzie dalej to Orange czy, czy?*

CC: (4:48) *To będzie Telekomunikacja dla domu, proszę Panią.*

K: (4:50) *A to jest jakaś nowa firma, tak?*

CC: (4:54) *No nie, to jest, ta firma już jest od 14 lat na rynku. Numer pozostaje ten sam. Obniża się Pani abonament, dostanie Pani ten nowy telefon podłączony.*

K: (5:06) *Ale proszę Panią czy to dalej będzie to Orange? Czy to będzie coś innego?*

CC: (5:10) *Nie, to będzie już Telekomunikacja dla domu, tak?*

K: (5:12) *Aha, czyli jeszcze coś innego. I to pierwszy rok jest niski, bo moi rodzice mieli telekomunikację Novum...*

CC: (5:20) *Nie, nie, nie. To Novum to jest całkiem coś innego, jeżeli o to chodzi. Abonament jest 25 zł miesięcznie.*

K: (5:28) *I właśnie mieli też najpierw niski abonament, a później nie mogli...*

CC: (3:34) *Ile Pani opłaca abonamentu miesięcznie?*

K: (5:36) *43 złote.*

CC: (5:38) *No widzi Pani jaka to jest jednak różnica, mimo wszystko 18 zł.*

K: (5:43) *Ale to wie Pani co, jeśli to jest jakaś inna firma, to ja dziękuję, zrezygnuję.*

[*****]

Ustalenia w zakresie nieujawniania przez konsultantów realnego celu rozmowy, jakim było zawarcie przez konsumenta umowy z innym dostawcą usług niż dotychczasowy Prezes Urzędu poczynił także w oparciu o pisma konsumentów lub rzeczników konsumentów otrzymane w toku postępowania.

O powyższym zachowaniu Spółki świadczą przykładowo następujące cytaty z sygnałów konsumentów (pogrubienia własne):

- *"(...) umowa została zawarta w sposób nieważny, ponieważ stało się to wbrew mojej woli, pod wpływem błędu.
(...)
(...) w następstwie błędu wywołanego celowym działaniem osoby działającej w imieniu i na rzecz Telekomunikacji dla Domu". (...) „osoba, która prowadziła ze mną rozmowę telefoniczną, ani słowem nie wspomniała o ewentualnej zmianie przeze mnie operatora”. (...) w rozmowie tej <<podszycwała się>> pod operatora, z którego usług cały czas, niezmiennie korzystałam. Mówiła bowiem, że w nagrodę za to, że jestem stałym abonentem, otrzymam darmowe 100 minut”. (k. 11490),*
- *"(...) zgodnie z zapewnieniem Waszego konsultanta byłam przekonana, iż rozmawiam z przedstawicielem orange Polska S.A., a podpisanie dokumentu dostarczonego kurierem związane jest wyłącznie z ofertą obniżenia dotychczasowego abonamentu. Nie było mowy, że ofertę składa mi inny, nowy podmiot. Państwa przedstawiciel podszycł się pod mojego dotychczasowego Operatora wywołując u mnie mylne wyobrażenie o rzeczywistości. Oświadczenie woli nie odpowiada mojej woli, gdyż świadomie nie podjęłabym decyzji o wcześniejszym zerwaniu Umowy u dotychczasowego Operatora, aby naraził się na szkodę finansową, na skutek błędnych informacji Waszego konsultanta, podjęłam niekorzystną decyzję." (k. 1194),*
- *"(...) zgodnie z informacją od ww. pełnomocnika miała dotyczyć dostaw energii elektrycznej, a jak się okazało dotyczyła zmiany operatora telekomunikacyjnego.
(...)
Osoba, która się do mnie zgłosiła twierdziła, że musi zostać zmieniona umowa na dostawę energii elektrycznej, gdyż wiąże się to z obniżeniem kosztów energii o 20%.
(...)
Nie otrzymałem również żadnego egzemplarza dokumentu który podpisałem.
(...)
W/w. osoba nie mówiła również nic, że podpisuję dokumenty dotyczące rozwiązania umowy na telefon, którą mam zawartą z ORANGE." (k. 1326),*
- *"(...)"Oświadczam, że w chwili podpisywania umowy uzyskałam błędne informacje od pracownika Państwa firmy, który zapewniał mnie, o obniżeniu stawek abonamentowych, nie zaś o faktycznej zmianie sprzedawcy." (k. 2695).*

Na podstawie przebiegu utrwalonych rozmów sprzedażowych Prezes Urzędu ustalił, że oferta TDD była kierowana do konsumentów korzystających z usług innych dostawców telekomunikacyjnych, z którymi wiązały ich umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Sposób prowadzenia rozmów telefonicznych przez konsultantów sugerował konsumentom, że rozmawiają oni z dotychczasowym dostawcą lub kierowana do nich oferta pochodzi od dotychczasowego dostawcy usług. Jak zostało wyjaśnione powyżej uzyskiwanie danych osobowych konsumenta oraz nazwy jego aktualnego dostawcy usług przybierało formę ich potwierdzenia (por. pkt C i D powyżej). O tym, że konsument ma do czynienia ze swoim dotychczasowym dostawcą usług świadczyły także wymijające odpowiedzi konsultantów (por. cytaty zamieszczone powyżej, np. „Pani Bogumiło, no właśnie dlatego do Pani dzwonię, bym nie dzwoniła, gdyby nie miała Pani umowy podpisanej, tak? No to jest warunek konieczny do tego, abym Pani obniżyła abonament, innej możliwości nie ma. Ma Pani

podpisaną umowę, tutaj z Orange, więc tutaj spełnia Pani warunki obniżki abonamentu.”; „Dlatego panu tłumaczę, tak, że to jest obniżka dla wszystkich klientów, którzy mają podpisaną umowę. Gdyby nie miał pan podpisanej umowy, to bym nie miał sensu do pana dzwonić, tak? Żeby móc skorzystać z obniżki abonamentu, trzeba mieć podpisaną umowę.”).

W oparciu o przekazane przez konsumentów oraz rzeczników konsumentów zgłoszenia Prezes Urzędu ustalił ponadto, iż oprócz sugerowania konsumentom, iż rozmawiają oni z dotychczasowym dostawcą usług, zdarzało się, że konsultanci podawali się **wprost za dotychczasowych dostawców usług telekomunikacyjnych**, takich jak: Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie, Netia S.A. z siedzibą w Warszawie lub Telefonía Dialog Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu. W trakcie rozmów konsultanci odwoływali się do **wieloletniej współpracy z abonentem** (por. także cytowane na str. 32 decyzji (k. 3187); por. także cytowane na str. 48 (k. 11667-11668)) oraz oferowali korzyści takie jak: **niższa opłata abonamentowa lub dodatkowe minuty, z których będzie mógł korzystać konsument**. Na powyższe wskazują przykładowe fragmenty skarg pochodzących od konsumentów:

- *„Konsultantka podczas rozmowy telefonicznej przedstawiła się jako pracownik Telekomunikacji Polskiej informując mnie, że reprezentuje mojego obecnego operatora telefonii stacjonarnej i że **mój obecny operator telefonii stacjonarnej przygotował dla mnie atrakcyjną ofertę**”. „Zarówno konsultantka jak i przedstawiciel cały czas utrzymywali, że podpisywane dokumenty **to zmiana warunków umowy pomiędzy mną a moim obecnym operatorem**.” (k. 11454),*
- *“Pytałam kilkakrotnie o firmę z jakiej dzwoni i czy jest to na pewno **Orange**. Pani zapewniła, że tak i ma dla mnie ofertę związaną z przedłużeniem umowy, darmowymi minutami oraz obniżkę abonamentu z uwagi na długi staż w firmie Orange.*
(...)
(...) *dotam, iż na pewno nie zostałam pouczona o odstąpieniu od umowy, ani tym bardziej nie otrzymałam wzoru takiego odstąpienia.” (k. 9133),*
- *“(…) zadzwoniono do mnie z informacją, że **dzwoni mój dotychczasowy operator, firma Orange**. I ma dla mnie propozycję niższej opłaty za abonament.*
(...)
(...) *Osoba dzwoniąca, jak i potem kurier, świadomie wprowadzili mnie w błąd, informowali, że są z firmy Orange, że **zmianie ulegnie tylko kwota abonamentu**.” (k.9604 (2)),*
- *“Okolo 09.01.15 zadzwoniła do mnie konsultantka i oznajmiła, że jest z firmy Telekomunikacja Orange. Poinformowała mnie, że **ponieważ jestem długoletnią klientką (abonentem) ma dla mnie propozycję obniżenia abonamentu na 19 zł za m-c**.*
(...)
Uwierzyłem Jej że jest z Orange i zgodziłem się na przedłużenie umowy z Orange na nowych warunkach, bardziej korzystnych finansowo dla mnie jak zapewniała ta Pani. (...) Ponownie zapytałem się, czy to na pewno Orange? Odpowiedziała TAK.” (k. 3032-3032 verte),
- *“w trakcie rozmowy telefonicznej nieprawdziwie zaś **zapewniano mnie, że kontaktują się ze mną przedstawiciele firmy Orange Polska S.A. i zachodzi potrzeba usprawnienia jakości dotychczasowych usług, czym wprowadzono mnie ewidentnie w błąd**.” (k. 1257),*

- "(...) zostałem wprowadzony w błąd przez waszego pracownika gdyż przedstawił się jako pracownik firmy **"NETIA"** i poinformował, że przyszedł przedłużyć umowę z firmą NETIA" (k.833)
- „Ja jestem w wieku 86 lat poruszam się na wózku inwalidzkim, mam zaniki pamięci i zażywam leki psychotropowe oraz uspokajające.” (k. 834),
- "(...) do mojego mieszkania przybył - jak mi się przedstawił - przedstawiciel firmy Netia SA i zaproponował mi, jako wiernemu abonentowi Netii dodatkowy pakiet promocyjny "Specjalne 100 minut" (...) Niestety umowy tej nie czytałam, bowiem byłam przekonana, że chodzi w niej tylko i wyłącznie o dodatkowe minuty.
(...)
Po kilkunastu dniach zatelefonował do mnie przedstawiciel **Netii S.A.** i zapytał - ku mojemu wielkiemu zdziwieniu - czy potwierdzam i zgadzam się na przeniesienie usług operatorowi tj. Telekomunikacja Dla Domu". (k.1192),
- „Zostałam wówczas wprowadzona w błąd, gdyż osoba dzwoniąca podała się za przedstawiciela operatora telekomunikacyjnego, z którym miałam wówczas zawartą umowę, tj. **Telefonii Dialog Sp. z o.o.**
(...)
Zapewniano mnie, że przedstawiona mi oferta dotyczy kontynuacji usługi świadczonej u dotychczasowego operatora”. (k. 11670),
- "Powyższą umowę podpisałem w rezultacie nieuczciwego postępowania operatora sugerującego, że mam do czynienia z reprezentantami mojego dotychczasowego operatora (Netii) - kilka dni wcześniej przed podpisaniem umowy zadzwonił mężczyzna powiadamiając mnie, że z tytułu **długotrwałego korzystania z usług tego samego operatora przyznano mi obniżkę opłaty abonamentowej** i że za kilka dni zgłosi się w tej sprawie kurier z odpowiednimi dokumentami. Kurier przyjechał, wyjął plik dokumentów, otwierał na odpowiednich stronach pokazując palcem, gdzie mam złożyć podpisy, zostawił kopię umowy i dwa cenniki podkreślając długopisem opłatę abonamentową w wysokości 18,86 zł. Ani od rozmówcy telefonicznego, ani od kuriera nie usłyszałem, że wiąże się to z koniecznością rezygnacji z usług dotychczasowego operatora! Zmiana ta pociągnęłaby za sobą konieczność opłacania znaczenie wyższych rachunków niż dotychczas (za 59,90 zł miesięcznie mam nielimitowany czas rozmów, a trwają one zwykle kilkadziesiąt minut dziennie)" (k. 808)
- "(...) zadzwonił do mnie Państwa przedstawiciel i podszycując się pod konsultanta Firmy Netia, z którą mam podpisaną umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych zaproponował mi w ramach współpracy i promocji wiosennej obniżenie kwoty abonamentu.
(...)
Na moje pytanie co oznacza tytuł TD Telekomunikacja dla Domu oświadczył, że to taki tytuł tej promocji." "(...) a tak znacząca obniżka abonamentu to w ramach promocji.
(...)
Przede wszystkim wskazać należy, że Państwa Pełnomocnik nie poinformował mnie, że nastąpi zmiana dotychczasowego operatora telekomunikacyjnego - a co za tym idzie grozi mi kara pieniężna za zerwanie umowy!
(...)
Ponadto nie uprzedził mnie, iż niższa kwota abonamentu będzie obowiązywać jedynie przez dwa miesiące (...)" (k. 8362-8663).

Na podstawie nagrań sprzedażowych rozmów telefonicznych Prezes Urzędu ustalił również, że konsultanci wprowadzali konsumentów w błąd co do możliwości uzyskania **szczególnej korzyści cenowej**. Konsultanci informowali konsumentów, że będą płacić za usługę telefonii stacjonarnej **mniej niż dotychczas**. Co więcej, wskazywali, że prezentowana przez nich cena abonamentu telefonicznego jest **najniższą na rynku, a przedstawiana oferta jest dla nich najlepsza** (por. cytowane wyżej nagranie: „*No ale nad czym się tu zastanawiać? Mam dla pana tutaj ofertę, jak najlepszą dla pana, dostaje pan za 25 zł abonament, 100 minut darmowych co miesiąc i jeszcze pan dostaje nowy telefon bezprzewodowy za darmo*” str. 39 decyzji, [*****]). Podkreślanie przez konsultantów szczególnej korzyści cenowej, jaką mogli otrzymać konsumenci potwierdza następujący fragment z nagrania telefonicznej rozmowy sprzedażowej (pogrubienia własne):

→ *CC: Nie proszę Pana, my nie mamy wglądu do Pańskiej faktury, ale nasz abonament jest najniższy teraz na rynku, tak że i tak będzie miał Pan obniżony abonament, ponieważ jest najniższy, tak?*

K: No tego nie wiem proszę Pani, czy jest najniższy.

CC: 25 zł proszę Pana. Jest najniższy abonament.

K: Tak?

CC: Tak.

[*****]

W oparciu o sygnały konsumentów i rzeczników konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że **ww. zapewnienia nie znajdowały odzwierciedlenia w rzeczywistości**. W praktyce zawarcie umowy ze Spółką nie wiązało się z obniżeniem opłat ponoszonych przez nich za usługi telekomunikacyjne. Wręcz przeciwnie, zmiana dostawcy usług wiązała się z koniecznością zwrotu ulgi z tytułu przedterminowego rozwiązania umowy z dotychczasowym dostawcą. W przypadku natomiast, gdy ww. rozmowa nie została ostatecznie rozwiązana konsument musiał opłacać podwójne rachunki za usługi telekomunikacyjne i ponosić opłaty nie tylko na rzecz TDD, ale także dotychczasowego dostawcy. Powyższe potwierdzają następujące fragmenty sygnałów konsumentów:

→ *"Osoba przekazująca mi informacje nie wyprowadziła mnie z błędu i byłam przekonana iż rozmawiam z przedstawicielem firmy Orange, który proponuje mi korzystniejszą ofertę sprzedaży usług telekomunikacyjnych. "Szybko okazało się, że rachunki za telefon wzrosły, a zaproponowana usługa jest dla mnie bardzo niekorzystna."* (k.1164)

→ *"(...) kilkakrotnie odbierałem telefony, od osoby podszywającej się jako przedstawiciel Orange Polska S.A, czyli operatora telekomunikacyjnego, z którym miałem wówczas podpisaną umowę (...). Podczas tych rozmów telefonicznych składano mi oferty zawarcia nowej umowy, która miała być kontynuacją dotychczasowej umowy, jednak na korzystniejszych warunkach.*

(...)

(...) skoro zmieniłem operatora, to na gruncie obowiązującej mnie umowy z Orange Polska S.A. zostanę ukarany opłatą za wcześniejsze rozwiązanie umowy.

(...)

(...) złożył (...) zawiadomienie o podejrzeniu popełnienia przestępstwa (...) tj. doprowadzenia mnie do niekorzystnego rozporządzenia mieniem (...)." (k.1387-1388)

- "Zadzwońnię do mnie pani z propozycją **obniżenia abonamentu** przedstawiła się że jest z Telekomunikacji Polskiej która połączyła się z Orange której jestem abonentem. Powiedziała że przez **dłgie lata byłam ich klientem i nie korzystałam z żadnych przywilejów i za to chce mi zaproponować niższy abonament (...)**.
(...) **Dzisiaj pani zadzwoniła i straszy mnie że będę ponosić koszty za 2 lata ponad 500 zł.**" (k.1475-1476)
- "W dniu 29.10.2015r. pojawiła się w drzwiach mojego domu Pani podająca się za pracownika firmy Orange Polska S.A. Proponowała ona mi **korzystny pakiet**, dzięki któremu będę miała **niższe rachunki oraz otrzymam nowy aparat telefoniczny stacjonarny**.
(...)
(...)zadałam pytanie, czy **aby na pewno jest z firmy Orange**. Pani zapewniała mnie, że jest z firmy Orange Polska S.A. i jest to tylko taki jakby "aneks", nie nowa umowa.
(...)
Po zadzwonieniu na infolinię Orange Polska S.A. **okazało się iż umowa została wypowiedziana w moim imieniu przez firmę Telekomunikacja dla Domu Sp. z o.o. i zostanie naliczona opłata za zerwanie umowy z Orange.**"(k.8846)
- Z pisma Powiatowego Rzecznika Konsumentów- "(...) przedstawiciela Spółki wprowadzając w błąd konsumentów przedstawiając się za pracowników Orange Polska S.A. Oferują przedłużenie rzekomo trwającej umowy z operatorem **na atrakcyjnych warunkach, z powodu długiego stażu u dotychczasowego operatora.**" "Zatajają fakt, że podpisanie umowy ze Spółką wiąże się **równocześnie z zerwaniem trwającej umowy z Orange Polska S.A., co naraża konsumentów na kary za wcześniejsze rozwiązanie umowy.** Nie przekazują informacji o tym, że w oferowanym produkcie ulga wynikająca z tzw. <cennika promocyjnego> trwa tylko przez 2 pierwsze okresy rozliczeniowe, aby następnie stać się abonentem „standardowym”."(k. 9091)
- z pisma konsumentki- "Przedstawiciel Waszej Spółki twierdził, że dokonuje przedłużenia umowy Orange Polska i proponuje mnie umowę na **obniżkę kosztów na usługi telekomunikacyjne jako wieloletniej abonentce.**" (k.9115)
- "(...) polegające na podszyciu się w rozmowie telefonicznej (...) pod ORANGE POLSKA SA (w której jestem abonentką) i oferowaniu mi w jej imieniu **dużo niższy abonament na tel. stacjonarny.** Umowę niestety podpisałam w domu 26-09-2014 przeświadczona o kontynuacji umowy z dotychczasowym operatorem.
(...)
(...) włączono mi usługę prefixu, którego przez cały październik nie używałam (...)
(...)
Opłaty za październik **dublują się w Orange i Telekomunikacji zmuszając mnie tym samym do podwójnej opłaty za ten sam okres - na co mnie emerytkę nie stać.**" (k. 1018)
- "Informuję, że p. (...) została wprowadzona w błąd poprzez informację, że opłaty za telefon **będą niższe niż dotychczasowe, co okazało się nieprawdą.** Nie została również poinformowana, że w dniu 15.07.2015 r. podpisała dwie umowy:1. z Telekomunikacją dla Domu (..) oraz 2. z Twoją Telekomunikacją (...).
(...)
Nie powiedziano (...) również o konieczności przeniesienia numeru od dotychczasowego dostawcy usług telekomunikacyjnych, czego skutkiem są podwójne rachunki (..)." (k. 8986)

W oparciu o analizę nagrań telefonicznych oraz rozmów sprzedażowych Prezes Urzędu ustalił ponadto, że konsumenci byli wprowadzani w błąd nie tylko co do ogólnych korzyści

płynących z zawarcia umowy, ale również co do wysokości opłat abonamentowych poprzez nieprzekazywanie im informacji, że podana w trakcie rozmowy obniżona kwota abonamentu obowiązuje jedynie przez ograniczony czas (przez pierwsze dwa okresy rozliczeniowe). W trakcie rozmów telefonicznych konsultanci informowali konsumentów, że przez cały okres obowiązywania umowy będą uiszczać tę samą cenę za abonament albo w ogóle pomijali kwestię okresu obowiązywania obniżonej ceny. Świadczą o tym poniższe przykładowe fragmenty rozmów oraz pism konsumentów lub rzeczników konsumentów zgromadzonych w toku niniejszego postępowania (pogrubienia własne):

- CC: (4:54) *Dobrze. Więc tak jak mówiłam, na dokumentach będzie napisane Telekomunikacja dla domu i po podpisaniu tych dokumentów, od kolejnego miesiąca abonament będzie wynosił 25 zł brutto. Dziękuję*
K: (5:00) *Ja też dziękuję. Oby tylko nie było zmian potem, żebym nie była zdziwiona, że zamiast obecnej ceny płacę jeszcze raz tyle.*
CC: (5:11) *Nie, nie będzie.*
[*****]
- K: (2:23) *I na pewno będzie obniżony abonament?*
CC: (2:25) **Tak Panie Henryku, od kolejnego miesiąca będzie Pan już do końca trwania umowy miał abonament 25 zł, tak? I on się już nie zmieni, tak?**
[*****]
- CC: (1:11) *Dobrze, no to w takim razie, proszę Pana bardzo mi miło, ja na wstępie tylko poinformuję, że rozmowa może być rejestrowana. Proszę pana, ja tutaj dzwonię do Państwa z racji tego, że Państwo płacą ten abonament dość wysoki, a mało Państwo korzystacie z tego telefonu dlatego teraz od kolejnego miesiąca ten abonament będzie u Państwa obniżony do kwoty 25 zł i Państwo co miesiąc do wykorzystania będziecie mieli 100 minut darmowych, tak? Czyli tak jak powiedziałam, ten abonament będzie u Państwa obniżony i on już pozostanie taki do końca trwania umowy, tak? Czyli on już się tutaj nie będzie zmieniał, a dodatkowo Państwo otrzymają zupełnie za darmo nowy telefon stacjonarny i oczywiście przedstawiciel przyjedzie i Państwu ten telefon podłączy.*
[*****]
- „Przedstawiciel operatora nierzetelnie poinformował żonę o warunkach i opłatach za usługi. Opłata miała wynosić około 20 zł miesięcznie. I w pierwszym m-c tz. w czerwcu tyle zapłaciłem i uważałem że wszystko jest w porządku, jednak w następnych m-c opłata ta wzrosła ponad 100 %”. (k. 11814),
- „W marcu 2015 r. zadzwoniła do mnie przedstawicielka telefonii stacjonarnej składając ofertę obniżenia abonamentu telefonicznego z racji wieloletniego stażu użytkownika przedmiotowego urządzenia”. „(...), że aż dwukrotnie pytałam czy jest to zniżka na czas nieokreślony i za każdym razem uzyskałam pozytywną odpowiedź”. „Umowę dostarczono mi do domu przez kuriera (...) bez formularza odstąpienia (ewentualnie) od niej”. „Nie wzbudziło to jednak moich obaw bo opłaty za kwiecień (...) i maj (...) rzeczywiście wynosiły w granicach obiecywanej w rozmowie telefonicznej kwoty”. **Następnie jednak wzrosły ponad trzykrotnie, przekraczając wartość rachunków poprzedniego operatora**. „Od początku zostałam wprowadzona w błąd, bo nie poinformowano mnie, że: 1) nastąpi zmiana operatora łączy tel. 2) niskie rachunki otrzymam tylko przez dwa m-ce 3) będą naliczane dodatkowe opłaty takie jak: a) koszty billingu b) koszty pakietu minut darmowych c) usług dodatkowych”. (k. 11667-11668),

- „(...) **zapewnienia o <obniżce abonamentu> nie znalazły potwierdzenia w rzeczywistości. (...) <konsultantka> i <kurier> nie poinformowali mojej Mocodawczyni, że <obniżka> ma charakter jedynie czasowy (pierwsze 2 miesiące)**” (k.11610-11611),
- „**W rozmowie telefonicznej zostałam oszukana przez państwa Konsultantkę panią (...). W trakcie rozmowy telefonicznej konsultantka poinformował mnie, że nowa umowa będzie dla mnie korzystna, ponieważ zmniejszy mój abonament do 18 złotych, a w abonamencie będę miała 100 minut do wykorzystania, co mnie jako osobie starszej pozwoli na oszczędności. Nie zostałam jednak poinformowana o tym, że taki abonament obowiązuje jedynie przez dwa miesiące, po czym kwota ta ulega zwiększeniu do 36,65 PLN brutto i wraz z opłatami dodatkowymi opłaty wynoszą około 50 pln miesięcznie, co jest kwotą znacznie przewyższającą abonament jaki posiadałam w Orange Polska S.A.**” „**Oświadczam, że dokumenty, które otrzymałam (umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz cennik promocyjny dynamiczne 100 minut) nie określały w sposób dla mnie jasny rzeczywistej opłaty abonamentowej jaką zmuszona będę płacić**”. (k. 11561).

Podając się za dotychczasowego dostawcę usług, konsultanci **wskazywali także inne niż obniżenie opłat powody, dla których kontaktują się z konsumentem.** Konieczność podpisania przez konsumenta dokumentów konsultanci uzasadniali **zmianą sytuacji prawnej** (np. likwidacja przedsiębiorcy) **lub faktycznej** (np. likwidacja dotychczasowej taryfy, wejście w życie nowego cennika) oraz **wymogiem uzupełnienia dokumentacji abonenckiej.** Powyższe obrazują następujące cytaty ze zgłoszeń konsumentów wpływających do Urzędu (pogrubienia własne):

- “(...) **zadzwoiła do mnie pracownica tej firmy, informując, że mój dotychczasowy operator u którego miałam telefon stacjonarny - Orange - „przestaje istnieć**”. W związku z tym, zaproponowano mi ofertę Telekomunikacji dla Domu, która-jak Pani zapewniała- będzie dla mnie korzystna.
(...)
(...) **faktura za grudzień opiewała na kwotę kilkakrotnie wyższą, niż ta, którą mi obiecywano podczas podpisania umowy, czyli zamiast 19 zł- prawie 61 zł (...).** Na marginesie, podczas podpisywania umowy pracownik firmy nie pytał mnie, czy jestem zainteresowana usługami dodatkowymi, ja np. billing, czy ubezpieczenie na wypadek śmierci- mimo to zostały mi one doliczone, a niby gratisowy pakiet 100 minut okazał się kosztować 5 zł.” (k. 9604 (335)),
- **We wrześniu 2014 roku zostałam telefonicznie poinformowana przez rzekomego przedstawiciela Orange, a faktycznie przedstawiciela firmy Telekomunikacja Dla Domu, że: (...) Firma Orange została przejęta przez Telekomunikację dla Domu (tak jak Orange przejęła Telekomunikację Polską) (...) Telekomunikacja Dla Domu przysłał mi przez kuriera nową umowę zawierającą korzystniejsze warunki realizacji usług.**” (k. 1132),
- “(...) **otrzymałam telefon od osoby która powoływała się na przedstawiciela Telekomunikacji z propozycją uaktualnienia umowy z uwagi na zmianę planu “Na każdy dzień” i wprowadzenia nowego planu, który zastępuje dotychczasowy. tym bardziej, że usługa ta będzie minimalnie tańsza**” (k. 982),
- **“Kilka dni temu zadzwonił do mnie mężczyzna podający się za przedstawiciela firmy Orange, który oznajmił mi, iż wszedł w życie nowy cennik usług i abonamentu za usługi telekomunikacyjne w związku z czym, niezbędne jest podpisanie nowej umowy na świadczenie usług telekomunikacyjnych.”** (k. 849),

- "Po pewnym czasie otrzymałem telefonicznie od innego kuriera przeprosiny za błąd koleżanki kurierki i prośbę o **powtórne podpisanie tej umowy, gdyż wskutek rzekomej nieuwagi przedstawiona mi umowa sporządzona na <starych, nieaktualnych drukach>**. Następuje spotkanie, jako osoba niedowidząca podpisuję umowę będąc przekonany, iż jest to ta sama umowa z Orange Polska S.A.
(...)
(...) wyłudzili ode mnie podpisy zmiany operatora sieciowego" (k. 1236).

W oparciu o nagrania sprzedażowych rozmów telefonicznych ustalono także, że konsumenci nie byli informowani w trakcie rozmów o przysługującym im prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa w terminie 10 lub 14 dni (w zależności od stanu prawnego obowiązującego na dzień rozmowy). Informacja taka nie była przekazywana w trakcie cytowanych powyżej rozmów. O nieinformowaniu konsumentów o prawie odstąpienia świadczą ponadto poniższe przykładowe fragmenty pism konsumentów (pogrubienia własne):

- "W czasie rozmowy telefonicznej, jak również przez kuriera **nie zostałam poinformowana, że mam 10 dni na odstąpienie od tej umowy. Nie dostałam też wzoru oświadczenia o odstąpieniu od tej umowy, więc nie miałam w ogóle wiedzy, że od umowy zawartej na odległość mam możliwość odstąpienia.**" (k. 9604 (2)),
 → „**Nie zostałam również poinformowany o możliwości odstąpienia od umowy w ustawowym terminie bez konsekwencji.**" (k. 8294),
 → "Podczas tej telefonicznej rozmowy sprzedażowej **nie zostałam poinformowana o przysługującym mi prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od otrzymania i podpisania umowy.**" (k. 8627),
 → "Ani konsultant ani kurier **nie powiedzieli, że przysługuje mi prawo odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa w terminie 14 dni od jej zawarcia, nie dostałam też wzoru oświadczenia o odstąpieniu od ww. umowy.**" (k. 9604 (179)).

Informacje na temat **przebiegu rozmów telefonicznych** zostały przekazane także przez telemarketerów w zeznaniach składanych w toku rozprawy administracyjnej przeprowadzonej w ramach niniejszego postępowania. Opisano go w następujący sposób:

- „Dzwoniłam do klienta po [*****] Nie pamiętam czy oprócz kwoty umowy przekazywałam inne informacje dotyczące umowy. Jeżeli klienci nie pytali, nie wspominaliśmy o tym, że dochodzi do zerwania umowy z aktualnym operatorem klienta i zawarcia nowej umowy z TDD. (...)
W trakcie rozmowy nie informowaliśmy klientów o okolicznościach zerwania umowy z dotychczasowym operatorem. [*****] *****], protokół z rozprawy administracyjnej z 13 kwietnia 2016 r. (k. 8082-8083).
 → [*****] *****] pytaliśmy się, z jakiej oferty klient korzysta i z usług jakiego operatora korzysta.

Informacje, które uzyskiwaliśmy od klientów
[*****]
*****]

Dowód: zeznania [*****], protokół z rozprawy administracyjnej z 15 kwietnia 2016 r. (k. 8093).

→ „W trakcie rozmowy telemarketer uzupełniał dane klienta.
[*****]
*****]

Dowód:

[*****]
*****], protokół z rozprawy administracyjnej z 23 maja 2016 r. (k. 9436).

→ „Miałam przedstawić z jakiej firmy dzwonię, moje imię i nazwisko, przedstawić ofertę tego danego abonamentu, który w tym czasie był oferowany przez Telekomunikację dla Domu.
[*****]

(...) pytaliśmy, z usług jakiego operatora konsument dotychczas korzysta. Informowaliśmy, że mamy nowy, niższy abonament. Podawaliśmy cenę tego abonamentu (...). Wiem, że miały być jeszcze jakieś darmowe minuty w abonamencie. [*****] Odnośnie przekazanych informacji w zakresie warunków umowy, to wszystko, z tego co pamiętam. (...) Informowaliśmy, że dokumenty będą jeszcze dostarczone przez kuriera, że będzie tam regulamin. Celem rozmowy było przekazanie informacji o nowym abonamencie, nowej firmie, celem zachęcenia klienta do zawarcia umowy.”

Dowód:

[*****],
protokół z rozprawy administracyjnej z 24 maja 2016 r. (k. 9464, 9465).

7. Wizyta w lokalu konsumenta

A.

Jak wskazano powyżej (por. ustalenia dotyczące sposobu zawarcia umowy, str. 23-24), zgodnie z twierdzeniami Spółki **do 24 grudnia 2014 r.** osobista wizyta kuriera u konsumenta **odbywała się w następstwie przeprowadzonej rozmowy telefonicznej.** Stosownie do wyjaśnień TDD celem wizyty było przedłożenie konsumentowi do podpisu dwóch egzemplarzy umowy podpisanej już wcześniej przez pracownika firmy call-center legitymującego się pełnomocnictwem TDD oraz dostarczenie pozostałych dokumentów dotyczących umowy. Spółka wskazała, że firmy kurierskie doręczające konsumentom umowy były firmami zewnętrznymi współpracującymi bezpośrednio z agentami. Kurierzy nie byli pracownikami TDD.

Dowód: pismo Spółki z 30 października 2014 r. (k. 7), pismo Spółki z 14 września 2015 r. (k. 4097 verte).

Ponadto, dokument „[*****]” w części poświęconej obowiązkowi kuriera przewidywał, że poza doręczeniem dokumentów kurier zobowiązany był również do poinformowania konsumenta m.in. o tym, że TDD jest odrębnym podmiotem od Orange Polska S.A. z siedzibą w Warszawie i że zawarcie umowy z TDD spowoduje rozwiązanie umowy z dotychczasowym operatorem oraz o przysługującym konsumentowi prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni. Jak wskazują ustalenia poniżej, ww. obowiązki nie były wypełniane przez kurierów (por. str. 58-60 oraz str. 63).

Dowód: „[*****]” (k. 4137 verte, 4138).

Zgodnie z § 4 ust. 5 „Regulaminu świadczenia usług przez Telekomunikację dla Domu” w imieniu operatora umowę zawiera przedstawiciel operatora. Przedstawicielem operatora jest pracownik lub osoba działająca w imieniu i na rzecz operatora, na podstawie stosownego pełnomocnictwa, uprawniona do składania i przyjmowania oświadczeń woli w zakresie zawierania lub zmiany umowy (§ 1 ust. 17).

Dowód: Regulamin świadczenia usług przez Telekomunikację dla Domu (k. 22, 22 verte.)

Na podstawie wyjaśnień oraz materiałów przekazanych przez Spółkę w toku postępowania Prezes Urzędu ustalił, że definicji tej nie wypełniali kurierzy doręczający konsumentom umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Nie posiadali oni pełnomocnictwa do zawierania umów w imieniu Spółki, a ich rola ograniczała się **tylko i wyłącznie do przekazania konsumentowi stosownych dokumentów**. Umowy natomiast były podpisywane już wcześniej **przez innych pracowników firm call-center**, którzy legitymowali się pełnomocnictwami udzielonymi przez TDD.

Dowód: pismo Spółki z 30 października 2014 r. (k. 7).

O tym, że inne osoby składały w imieniu Spółki podpisy na umowach, a inne doręczały je konsumentom świadczy także poniższe zestawienie sporządzone [*****]

[*****]	[*****]	[*****]	[*****]
[*****]	[*****]	[*****]	[*****]
[*****]	[*****]	[*****]	[*****]
[*****]	[*****]	[*****]	[*****]
[*****]	[*****]	[*****]	[*****]
[*****]	[*****]	[*****]	[*****]
[*****]	[*****]	[*****]	[*****]
[*****]	[*****]	[*****]	[*****]
[*****]	[*****]	[*****]	[*****]
[*****]	[*****]	[*****]	[*****]
[*****]	[*****]	[*****]	[*****] [*****]
[*****]	[*****]	[*****]	[*****]
[*****]	[*****]	[*****]	[*****] [*****]

Dowód: załącznik do pisma TDD z dnia 21 października 2015 r.

W praktyce osoby legitymujące się pełnomocnictwem udzielonym przez TDD - poza złożeniem podpisu na umowie - nie brały w ogóle udziału w procesie jej zawierania. Nie uczestniczyły ani w rozmowie telefonicznej z konsumentem, ani w osobistym spotkaniu. Świadczą o tym chociażby poniższe zeznania pracowników firm call-center złożone w toku

rozprawy administracyjnej przeprowadzonej w ramach postępowania (podkreślenia i pogrubienia własne):

- [*****]
„(...) W trakcie tej rozmowy telefonicznej dochodziło do zawarcia umowy z klientem. Dostawaliśmy na karcie regułki, jak mamy rozmawiać z klientem. Trzymaliśmy się wytycznych. (...) Następnie zaczynała się rozmowa dotycząca oferty. Klienci zgłaszali wątpliwości, staraliśmy się wyjaśniać. **Potwierdzaliśmy wyrażenie przez klienta zgody na zawarcie umowy.** Wtedy już inny dział zajmował się drukowaniem umów i ich wysyłką do klienta (k. 8082).
(...)
Nie pamiętam, czy poza kwotą abonamentu przekazywaliśmy inne warunki umowy. [*****] **Umowy były drukowane i wysyłane przez kuriera.** [*****] **Klient podpisywał umowę w obecności kuriera.** Umowy były drukowane na podstawie tego, co zaznaczyli konsultanci w systemie (k. 8085)”.

Dowód: zeznania [*****], protokół z rozprawy administracyjnej z 13 kwietnia 2016 r. (k. 8082-8084).

- z zeznań osoby pracującej [*****] obowiązywała następująca procedura: „Nigdy nie zawierałam żadnych umów z konsumentami. Pełniłam funkcję pełnomocnika operatora, w tym przypadku Telekomunikacji dla Domu. Do moich obowiązków należało **podpisywanie in blanco dokumentów** [*****] w miejscu gdzie jest podpis pełnomocnika operatora, obok podpisu konsumenta. Polegało to na tym, żeby umowa była ważna. Moje pełnomocnictwo polegało na podpisywaniu się tylko w tym miejscu.”

Dowód: zeznania [*****] protokół rozprawy administracyjnej z 24 maja 2016 r. (k. 9451).

- z zeznań osoby pracującej [*****] „Ja tylko podpisywałam umowy. Obowiązkiem kuriera było dostarczenie umowy do konsumenta. Nie wiem, czy kurierzy mieli obowiązek przekazywania konsumentom informacji na temat umowy. Nie zawsze spotykałam się z kurierem fizycznie. [*****] **czasami były wysyłane tylko strony z podpisem in blanco, a kurier drukował resztę u siebie w domu, dołączając tylko tę stronę.** (...) Nie można było wysłać kuriera, jeżeli konsultantka nie ustaliła z konsumentem szczegółów umowy. Taki konsument na pewno by go nie wpuścił. **Nie było takich sytuacji, żeby kurier miał tłumaczyć konsumentom szczegóły umowy.** Zdarzało się natomiast, że konsument zapomniał, że ustalił z konsultantem, że przyjedzie kurier i wtedy kurier przypominał, że była taka rozmowa.”

Dowód: zeznania [*****], protokół rozprawy administracyjnej z 25 maja 2016 r. (k. 9472-9473).

Również w pismach kierowanych do Prezesa Urzędu podmioty współpracujące z TDD wskazywały, że umowy były podpisywane przez pełnomocników, a następnie doręczane przez kurierów:

→ „Zgodnie z procedurami TDD do końca roku 2014 wszystkie umowy były drukowane i podpisywane przez pełnomocnika operatora w biurze a następnie przekazywane do konsumenta za pośrednictwem kuriera. Od 15 stycznia 2015 r. nie zdarzają się sytuacje, w których przedstawiciel TDD udaje się do konsumenta z podpisaną uprzednio w imieniu TDD umową.”

Dowód: pismo [*****] z 22 czerwca 2015 r. (k. 773).

→ „Informuję, że w okresie od początku nawiązania współpracy z TDD, tj. od dnia 1 czerwca 2014 roku do końca 2014 roku, wszystkie umowy z konsumentami były zawierane w imieniu i na rzecz TDD [*****] Umowy te były następnie dostarczane przez kurierów - [*****] Jednocześnie wyjaśniam, iż od początku 2015 r. nastąpiła zmiana w procedurze zawierania umów. Od tego momentu umowy z konsumentami były zawierane przez kurierów, którzy posiadali pełnomocnictwa, udzielone im bezpośrednio przez TDD do zawierania umów tego rodzaju.”

Dowód: pismo [*****] z 19 października 2015 r. (k. 7246 verte).

Podsumowując, Prezes Urzędu ustalił, że do 24 grudnia 2014 r. warunki umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych były ustalane podczas telefonicznej rozmowy sprzedażowej (por. str. 23-24 decyzji). Następnie podczas wizyty w lokalu konsumenta kurier dostarczał jedynie dokumentację umowną, którą konsument podpisywał. W związku z powyższym umowy zawierane w ww. opisanym trybie stanowiły umowy, o których mowa w art. 6 ust. 1 uonpk (umowy zawierane w trybie na odległość).

B.

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki proces zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, a co za tym idzie przebieg wizyty u konsumenta uległ zmianie wraz z wejściem w życie ustawy o prawach konsumenta. TDD wskazała, że od 25 grudnia 2014 r. wizyta odbywała się według schematu, o którym mowa na str. 24-27 decyzji. Zgodnie ze stanowiskiem Spółki do przedstawienia oferty, wypełniania umowy oraz jej podpisania przez obie strony dochodziło w lokalu konsumenta, a rozmowa telefoniczna poprzedzająca spotkanie konsumenta z przedstawicielem Spółki była rozmową wyłącznie informacyjną - kontaktową.

Dowód: pismo Spółki z 14 września 2015 r. (k. 4097 verte), pismo Spółki z dnia 2 marca 2015 r. (k. 111).

Szczegółowy zakres obowiązków przedstawiciela TDD podczas wizyty w lokalu konsumenta określony został w dokumencie [*****] w części zatytułowanej [*****]. Obejmuje on [*****], z którego wynika m.in. jakie informacje i dokumenty powinny zostać przekazane konsumentowi w trakcie spotkania.

Zgodnie z ww. dokumentem [*****]

→ z zeznań osoby pracującej w [*****]:
„Rozmowa to nie było jeszcze ostateczne zawarcie umowy. Konsument musiał jeszcze podpisać dokumenty dostarczone przez kuriera. [*****] Informowałam konsumentów, że przyjedzie do nich kurier. Pytałam, w jakich godzinach będą w domu. Nie przekazywałam informacji o konsekwencjach kuriera, [*****] (k. 9465).

(...)

Rolą kuriera, zgodnie z moimi informacjami, było dostarczenie umów do klientów. Zgodnie z moją wiedzą, zadaniem kuriera było przewiezenie dokumentów do konsumenta, odebranie podpisów. Takie informacje przekazywałam konsumentom (k. 9466)”.
Dowód: zeznania [*****], protokół z rozprawy administracyjnej z dnia 24 maja 2016 r. (k. 9464-9468).

→ z zeznania [*****]
[*****] „Podpisywałem czyste druki przed wizytą u klienta. Nie wchodziłem do środka, do klienta. Ja podpisywałem umowę, natomiast do konsumenta zanośli ja kurier, z którym jechałem do klienta. Nie wiem czy kurier posiadał pełnomocnictwo TDD, nie pamiętam tego.” (k. 9489).

(...)

Obowiązkiem kuriera było dostarczenie umowy do klienta oraz w razie pytań, odpowiedzieć na nie. (...) Kurier w trakcie wizyty u konsumenta uzupełniał część danych w umowie, które i tak miał przy sobie. Dane te przekazywane były kurierom wraz z kontaktem do danej osoby [*****]

Dowód: [*****]

protokół z rozprawy administracyjnej z 1 czerwca 2016 r. (k. 9489).

Także część z sygnałów konsumentów, którzy zawarli umowę po 25 grudnia 2014 r. (por. rubryka [*****] w tabeli stanowiącej załącznik do decyzji) wskazuje, że w praktyce do ustaleń pomiędzy TDD a konsumentem dochodziło w czasie rozmowy telefonicznej, a wizyta osoby reprezentującej TDD ograniczała się jedynie do otrzymania podpisów od konsumentów (pogrubienia własne).

→ "Zostałem oszukany przez pełnomocnika podającego się za pracownika Telekomunikacji Polskiej (Orange) oraz nierzetelne wypełnienie formularza umowy. Niezgodność dotyczy zawarcia umowy i brak podpisu pełnomocnika Operatora na dostarczonej przez kuriera umowie. Wpisana data umowy - 10 luty, jest datą rozmowy telefonicznej (...) W czasie rozmowy agent nie poinformował mnie o możliwości odstąpienia od zawartej umowy i terminie oraz nie pozostawił odnośnego druku. Podpisaną umowę zabrał ze sobą.

(...)

Jestem emerytem w podeszłym wieku" (k. 1274),

→ "Przy składaniu mi telefonicznie oferty dowiedziałem się, że telekomunikacja chce nagrodzić moją długoletnią współpracę i proponuje mi znaczne obniżenie abonamentu (...)

(...)

(...) i nic się nie zmienia oprócz opłaty abonamentowej oraz, że nie ma się co zastanawiać bo jest to korzystna oferta.

(...)

(...) kurier zostawił mi niekompletną dokumentację. (...) Brakuje pierwszej i drugiej strony umowy (...)

(...)

Nie pouczył mnie też ani nie zostawił mi formularza odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa (...)" (k. 1359),

→ "(...) ofertę obniżenia abonamentu złożono mi drogą telefoniczną.

(...)

(...) nie otrzymałem kopii Umowy (...) Kurier zostawił mi tylko Cennik Promocyjny i Regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych - lecz tylko pierwszą stronę (a jest ich sześć!). Pouczenie o prawie do odstąpienia od Umowy w terminie 14 dni otrzymałem dopiero od Powiatowego Rzecznika Konsumentów w (...)" (k. 1477),

→ "(...) przedstawicielka firmy wprowadziła w błąd moją żonę co to tożsamości firmy wskazując, że dzwoni w imieniu dotychczasowego operatora tj. Netii S.A.

(...)

(...) zapytała mnie czy dotychczas korzystałam z ulgi udzielonej przez operatora. (...) przedstawiła, że obecnie rozmowy telefoniczne będą wynosić około 18 zł miesięcznie

(...)

(...) nie zostałem poinformowany na piśmie o prawie odstąpienia od umowy (...) i nie wręczono mi wzoru oświadczenia o odstąpieniu.

(...)

Osoba, która (...) przywiozła mi umowę do podpisu (...) uniemożliwiła mi zapoznanie się z treścią umowy przed jej podpisaniem a jedynie przedstawiła się jako pełnomocnik firmy Netia." (k. 3387).

Podsumowując, Prezes Urzędu ustalił, że zmiana procedury zawierania umowy nie objęła wszystkich umów zawartych przez TDD z konsumentami po 24 grudnia 2014 r. Po tej dacie Spółka zawierała umowy w dwóch trybach - na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa. Jak już jednak zostało wskazane w decyzji (por. str. 27 decyzji), tryb zawierania przez TDD umów z konsumentami (na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa) jest kwestią drugorzędą dla stwierdzenia stosowania praktyk określonych w pkt I-IV rozstrzygnięcia niniejszej decyzji.

W oparciu o sygnały konsumenckie, które wpłynęły do Urzędu w związku z działalnością TDD Prezes Urzędu ustalił, że bez względu na to, czy umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych była podpisana przez konsumenta w obecności kuriera czy umocowanego do zawierania umów w imieniu TDD przedstawiciela Spółki - w procesie zawierania umów dochodziło do podobnych nieprawidłowości.

8. Przebieg wizyty w lokalu konsumenta

Prezes Urzędu ustalił, że wizyta w lokalu konsumenta przebiegała według następującego schematu. W większości przypadków, czynności kuriera lub umocowanego do zawierania w imieniu TDD przedstawiciela Spółki, podczas osobistej wizyty w lokalu konsumenta sprowadzały się do czysto technicznych czynności polegających jedynie na przekazaniu konsumentowi umowy wraz z pozostałymi dokumentami jej dotyczącymi (przy czym nie zawsze konsument otrzymywał całość dokumentacji, co zostanie szerzej omówione na kolejnych stronach decyzji - 62-64) oraz wskazaniu mu miejsc na dokumentach, w których powinien złożyć podpis, a następnie odebraniu od konsumenta podpisanych dokumentów.

Na podstawie sygnałów konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że pełna nazwa przedsiębiorcy wraz z formą prawną i adresem nie była przekazywana konsumentom również na etapie dostarczenia dokumentacji umownej (por. uwagi powyżej str. 31-33). W praktyce zdarzało się też, że kurierzy/przedstawiciele TDD, pojawiając się u konsumentów z wizytą, sugerowali lub wskazywali wprost, że reprezentują inny niż Telekomunikacja dla Domu podmiot. Co do zasady podawali się za dostawcę usług, który dotychczas świadczył konsumentowi usługi telekomunikacyjne. Osoby te nie wskazywały wyraźnie, że dostarczana przez nich dokumentacja dotyczy przedsiębiorcy „Telekomunikacja dla Domu”. Przedkładając konsumentowi dokumenty do podpisu, wielokrotnie zakrywały one miejsca, w których znajdowały się logo Spółki i dane ją identyfikujące. Potwierdzenie powyższego stanowią następujące fragmenty skarg konsumenckich (pogrubienia i podkreślenia własne):

- "(...) zapukał do moich drzwi pewien pan (nie przedstawił się) obiecując mi, iż będę miała zniżkę w telekomunikacji w kwocie 18 zł miesięcznie (...)
(...) W ogóle nie pozostawił mi kopii umowy (...)" (k. 1154(1)),
- "(...) przybył do mnie przedstawiciel Telekomunikacji „Dla domu” i namawiał mnie do zawarcia umowy telefonicznej z w/w telekomunikacją, tłumacząc, że Telekomunikacja „Orange” zmniejsza abonament dla odbiorców, ponieważ zależy mu na utrzymaniu Telekomunikacji „Orange”. Wypełniając umowę nagłówek zastąpił ręką, żeby nie można było przeczytać, że to sieć Telekomunikacja „Dla Domu”(...)." (k. 8456),
- „Zostałam wówczas wprowadzona w błąd, gdyż osoba dzwoniąca podała się za przedstawiciela operatora telekomunikacyjnego, z którym miałam wówczas zawartą umowę, tj. **Telefonię Dialog Sp. z o.o.**
(...)
Zapewniano mnie, że przedstawiona mi oferta dotyczy kontynuacji usługi świadczonej u dotychczasowego operatora.
(...)
Ta osoba również celowo i świadomie zastąpiła fragment umowy obejmujący logo i nazwę Telekomunikacji dla Domu Sp. z o.o. tak bym nie zorientowała się, że umowa nie dotyczy Telefonii Dialog Sp. z o.o." (k. 11670-11671),
- "(...) usłyszałam głos kobiety, która się przedstawiła i powiedziała, że jest z telekomunikacji Orange Polska i zaproponowała że Telekomunikacja Orange Polska chce obniżyć mi abonament.
(...) Usłyszałam, że mnie nie oszukuje, że dzwoni z Telekomunikacji Orange i że należę do nich tyle lat to przysługuje mi obniżka (...)
(...)
Zastaniając ręką nazwę firmy i logo w biegu, bo się spieszył, podsuwał mi kartki do podpisu.
(...)

- (...) kurier dał mi tylko 1 i 2 stronę, a nie otrzymałam 3 i 4 strony umowy (na tych stronach zawarte są istotne zapisy dla abonenta) (k. 1055-1073),
- " (...) podczas podpisywania umowy z POLSKA Energetyka PRO zostały mi podsunięte do podpisu dokumenty z firmy Telekomunikacja dla domu. **Osoba, która przeniosta umowę umiejętnie zastaniała strony podsuwając mi dół kartki, a zastaniając górę.** Podpisując nie byłem świadoma, że są to umowy dwóch różnych firm. (k. 9604 (1139)),
- ""(...) przyjechał przedstawiciel firmy . Zaproponował usługę obniżenia abonamentu z firmy Orange. Nie poinformował mnie, że jest przedstawicielem z odrębnej firmy TD." (k. 9358),
- Za 2 albo 3 dni przyjechał kurier przywiózł jakieś papiery tj. umowę. Kilka razy pytałem czy jest z firmy Orange a Pan potwierdził to za każdym razem. W dodatku miał dwie kartki na wierzchu pliku z logo Orange(...)
- (...)
- Faktury przychodzą ale nie ma 18 zł o których mówiła Pani przez telefon a w dodatku naliczone są opłaty o których nie mówiła i o których nic nie wiem." (k. 8751),
- "(...) decydując się na zawarcie umowy, działałam w oparciu o zaufanie do konkretnego przedsiębiorcy, w tym przypadku Firmy Orange.
- (...)
- Pełnomocnik przyjechał do mnie samochodem osobowym, na którym widniała naklejka logo firmy Orange, ponadto dokument umowy, która podpisywałam w domu również zawierał logo znanej mi marki tj. Orange (umowa która przyszła do mnie pocztą w terminie późniejszym, graficznie różni się od tej podpisywanej w domu). Ponadto zadałam Pełnomocnikowi pytanie, czy reprezentuje firmę Orange, ten oświadczył, że „tak”. (k. 8774),
- "(...) podczas wizyty podszywając się pod pracownika Telefonii Dialog zawarł ze mną umowę, której przedmiotem są usługi u nowego dostawcy.
- (...)
- Ponadto proszę o potwierdzenie anulowania umowy, anulowania wszelkich opłat jakie Państwo naliczyli za usługi, których nie mam oraz o odbiór telefonu, który dostała w „promocji” (nigdy go nie użyłam)." (k. 8979),
- "(...) pracownik Spółki Telekomunikacja Dla Domu sp. z o.o. skontaktował się telefonicznie z moją Mocodawczynią, przekazując Jej informację, iż **wkrótce wygasa umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawarta ze Spółką Orange Polska S.A.** Pracownik poinformował wówczas moją Mocodawczynię, iż dalsze korzystanie z usług telekomunikacyjnych uzależnione jest od zawarcia nowej umowy, wywołując tym samym u Niej uzasadnione okolicznościami przekonanie, iż powyższy kontakt telefoniczny pochodzi od pracownika Spółki Orange Polska S.A. i służy zawarciu kolejnej umowy z tym samym operatorem.
- (...)
- (...) do mieszkania mojej Mocodawczyni przyjechał kurier podający się za pełnomocnika Spółki." "Moja mocodawczyni złożyła swój podpis, pozostając w usprawiedliwionym przekonaniu, iż wskazany pracownik (...) jest pełnomocnikiem Spółki Orange Polska S.A. (...)" (k. 8656),
- "Osoba odwiedzająca mnie w domu świadomie wprowadzała mnie w błąd, w sytuacji gdy istniał obowiązek przedstawienia mi faktu, że tak naprawdę działa w imieniu Telekomunikacji dla domu, a nie Telekomunikacji Polskiej (obecnie Orange).
- (...)

Państwa pełnomocnik nie udzielił mi pełnych informacji o warunkach umowy oraz celowo nie wyprowadzał mnie z błędu, że mam do czynienia z firmą inna niż TP SA (obecnie Orange)." (k. 8861-8862),

- *"(...) na moje pytanie dlaczego Telekomunikacja Dla Domu a nie Netia w nagłówek odpowiedział że aktualnie nastąpiła zmiana nazwy a dodatkowo moja umowa się kończy więc jeżeli wyrażam zgodę na dalszą kontynuację usług zobowiązana jestem do podpisania umowy."* (k. 1214)
- *„Pracowników TDD nie interesuje fakt, iż kurier przedstawił się jako przedstawiciel Netii i w jej imieniu działał”* (k. 1214).

O tym, że konsumenci pozostawali w przekonaniu, że składający im wizytę kurier lub przedstawiciel (a wcześniej kontaktujący się telefonicznie konsultant) reprezentuje ich dotychczasowego operatora świadczą także **informacje przekazane w toku postępowania przez Orange**. Zgodnie z wyjaśnieniami Orange konsumenci, którzy składali oświadczenie o rezygnacji z usług Orange na rzecz TDD, a następnie takie oświadczenie wycofywali, jako powód swojej decyzji najczęściej podawali **wprowadzenie ich w błąd przez przedstawicieli TDD poprzez podawanie się za przedstawiciela Orange**.

Dowód: pismo Orange z 9 października 2015 r. (k. 4232-4235).

Nawiązując do uprzednio przeprowadzonej przez pracownika call-center rozmowy telefonicznej, kurierzy lub umocowani przedstawiciele TDD, informowali konsumentów, że przyjechali podpisać z nimi umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub aneks do takiej umowy, dzięki czemu wysokość dotychczasowego abonamentu zostanie obniżona. W trakcie wizyty kuriera lub umocowanego przedstawiciela Spółki konsumenci nie otrzymywali praktycznie żadnych informacji o warunkach umowy i konsekwencjach jej zawarcia, w tym o ofercie Spółki ze szczególnym uwzględnieniem warunków cenowych. Nie byli informowani, że zawarcie umowy z TDD spowoduje rozwiązanie umowy z dotychczasowym dostawcą usług, co może się wiązać z dalszymi konsekwencjami finansowymi, chociażby z obowiązkiem zwrotu udzielonej na warunkach promocyjnych ulgi. Kurierzy lub umocowani przedstawiciele TDD nie uzgadniali także z konsumentem zakresu usług telekomunikacyjnych świadczonych przez TDD (pogrubienia własne).

- *"(..) zadzwonił na mój telefon, a potem zjawił się osobiście młody mężczyzna pytając, czy chciałbym mniej płacić za rozmowy telefoniczne? Powiedział przy tym, że jest przedstawicielem „Telekomunikacji” i wyciągnął papiery potrzebne do uzyskania tej ulgi w opłacie.*
(...)
(...) *Spokojnie oczekiwałem na pierwszy rachunek z mniejszą kwotą do zapłacenia. Zamiast tego otrzymałem rachunek na 390 zł. jako „karę” za wcześniejsze rozwiązanie umowy z „Orange...”, a przecież przy zawieraniu umowy „na mniejszą opłatę” nie powiedziano mi, że to jest już zupełnie inna firma i że trzeba rozwiązać dotychczasową umowę z jej wszystkimi konsekwencjami”.* (k. 9604 (918)),
- *"(...) przyszedł do mnie pracownik telekomunikacji i poinformował mnie że kończy mi się umowa i należy ją przedłużyć oraz że dołoży starań aby zmniejszyć mój dotychczasowy abonament. Podpisałam umowę jednakże dopiero potem okazało się że nie jest to pracownik firmy w której już podpisałam abonament tylko zupełnie inna firma."* (k. 8783),
- *"W dniu 29.10.2015r. pojawiła się w drzwiach mojego domu Pani podająca się za pracownika firmy Orange Polska S.A. Proponowała ona mi korzystny pakiet, dzięki*

któremu będę miała niższe rachunki oraz otrzymam nowy aparat telefoniczny stacjonarny." "(...)zadałam pytanie, czy aby na pewno jest z firmy Orange. Pani zapewniała mnie, że jest z firmy Orange Polska S.A. i jest to tylko taki jakby "aneks", nie nowa umowa.

(...)

Po zadzwonieniu na infolinię Orange Polska S.A. okazało się iż umowa została wypowiedziana w moim imieniu przez firmę Telekomunikacja dla Domu Sp. z o.o. i zostanie naliczona opłata za zerwanie umowy z Orange." (k. 8846).

Prezes Urzędu ustalił, że w niektórych sytuacjach kurierzy dostarczający konsumentom umowy wskazywali, że **przyjechali podłączyć nowy telefon**, a podpisywane przez konsumenta dokumenty stanowią jedynie potwierdzenie tej czynności faktycznej. Jako zachętę do podpisania umowy przez konsumentów kurierzy wskazywali także **zmianę prawną lub faktyczną dotychczasowego przedsiębiorcy lub też konieczność uzupełniania dokumentacji abonenckiej**. Na powyższe praktyki Spółki wskazują następujące cytaty z pism konsumentów lub rzeczników konsumentów (pogrubienia własne):

→ *„Po wejściu z mieszkania poinformował mnie, że jest kurierem, że łączą się z Netią i muszę podpisać umowę. Ja stwierdziłam, że już mam umowę z Netią i Dialogiem, na co on odpowiedział, że jest to tylko formalność w celu przedłużenia umowy.*

(...)

Po podpisaniu podstawionych przez niego dokumentów poprosiłem o kopię dla mnie. On powiedział, że nic mi teraz nie zostawi, że dokumenty zostaną przesłane pocztą, po czym szybko wyszedł". (k. 11743),

→ *"(...) do moich drzwi zapukał kurier twierdzący, iż reprezentuje Orange i przywiózł mi umowę do uzupełnienia, ponieważ jak twierdził, brakowało na niej moich podpisów. Mam 91 lat, zaufałam temu człowiekowi i bez zastanowienia podpisałam podsunęte przez kuriera dokumenty. Powyższą sytuację opowiedziałam mojej rodzinie, okazało się, że nieświadomie podpisałam umowę z nowym operatorem Telekomunikacja dla Domu. Nie miałam ani chęci ani zamiaru zmieniać operatora - czuję się oszukana, wykorzystano mój wiek i fakt, że mieszkam samotnie." (k.853),*

→ *„(...) <młody człowiek> powołując się na dotychczasowego teleoperatora, dostarczył pani (...) aparat telefoniczny do sieci stacjonarnej. Poinformował Konsumentkę, że telefon jest prezentem bezpłatnym i bezzwrotnym i poprosił o podpisanie odebrania przesyłki, co też Konsumentka zrobiła.*

(...)

Konsumentka stanowczo twierdzi, że nie podpisywała żadnej umowy (...)" (k. 11845),

→ *"Umowę powyższą podpisałam na skutek nieprawdziwej informacji, jaką przekazał mi telefonicznie Państwa przedstawiciel oferując Państwa usługi telekomunikacyjne. Poinformował mnie, że Operator Netia, którego w danej chwili byłem Abonentem, został sprzedany, w konsekwencji czego stracę numer telefonii stacjonarnej obsługiwany przez Netię, jeśli nie zawrę Umowy z Państwem.*

(...)

Jedyną przyczyną zawarcia Umowy z Państwem było wprowadzenie mnie w błąd przez Waszego przedstawiciela, opisane powyżej" (k. 810),

Na podstawie pism konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że o podpisaniu nowej umowy z nowym dostawcą usług konsumenci często dowiadawali się w późniejszym czasie, z reguły dopiero po otrzymaniu pierwszej faktury VAT za usługi telekomunikacyjne

świadczony przez TDD. Z wielu skarg wynika, że uświadomienie sobie rzeczywistej tożsamości przedsiębiorcy, z którym dokonano czynności prawnej budziło u konsumentów niezadowolenie. Dla wielu konsumentów przekonanie, iż ich parterem kontraktowym miał być ich dotychczasowy dostawca usług telekomunikacyjnych było głównym powodem podjęcia decyzji w przedmiocie zawarcia umowy. Świadczą o tym w szczególności poniższe fragmenty pism konsumentów:

- "Podstęp przedstawiciela TDD polegał na tym, że posługiwał się dokumentami z logo firmy ORANGE i dlatego wprowadził mnie w błąd, a wręcz oszukał." (k. 1162)
- "Dokumenty które zostały mi okazane posiadały logo firmy ORANGE z tą różnicą, że kwadrat w którym wpisana jest nazwa ORANGE nie był kolorowy a czarny.
(...)
Zorientowałam się dopiero po przystąpieniu pierwszej faktury, gdzie nazwa firmy brzmi Telekomunikacja dla domu. Czuję się przez to oszukana i wykorzystana przez nieuczciwego przedstawiciela TDD." (k. 1163),
- "(...) przedstawił mi nieprawdziwą ofertę usługi oraz oszukał mnie, mówiąc, że Państwa firma połączyła się z Telekomunikacją Polska i Orange. Dopiero teraz, po otrzymaniu faktury, zorientowałam się, że abonament jest wyższy i mniej korzystny, niż w ramach dotychczasowej umowy" (k. 1596),
- "W sposób nieuczciwy, podstępny, chytry i skryty, zostałem wbrew swojej woli "przymuszony" do podpisania umowy na usługi telekomunikacyjne, gdzie z wstępnej prezentacji miałem świadomość iż jest to Telekomunikacja Polska, jak ją prezentowano, a dopiero po otrzymaniu Faktury, zorientowałem się, że jest to kolejny pośrednik operatora zwany "Telekomunikacja dla domu" (...)" (k.8257).

W oparciu o sygnały konsumenckie Prezes Urzędu ustalił, że podczas wizyt w lokalu konsumenci nie byli informowani o tym, iż prezentowana im cena obowiązuje jedynie przez kilka pierwszych miesięcy, a następnie ulega ona zwiększeniu. Świadczą o tym następujące fragmenty pism konsumentów:

- "(...) wskazując na nieuczciwości jakich użyli od pierwszej rozmowy telef. ze mną i następnie o uchybieniach przy podpisywaniu umowy. Cztery luźne kartki, bez informacji wyjaśniających prawa jakie w takiej sytuacji przysługują klientowi, bez ostrzeżenia, że abonament promocyjny tylko na 1 i 2 okres rozliczeniowy."(k.8432)
- „Przedstawicielka owej firmy zjawiając się w moim domu oszukała mnie przedstawiając się, że jest z firmy Orange, z której usług korzystam. Oświadczyła mi, iż moja dotychczasowa umowa traci ważność i konieczne jest jej przedłużenie(...).
(...)
(...)przedstawicielka TDD sprzedała mi w złej wierze swą oszukańczą promocję, ponieważ w praktyce trwa ona tylko 2 Okresy rozliczeniowe.
(...)
(...) nie zostałam poinformowana o prawie odstąpienia od umowy, ani też nie otrzymałam stosownego wzoru (...)
(...)
Pragnę jeszcze nadmienić, że przedstawicielka TDD nie zostawiła mi kompletnych dokumentów. Brakuje 3. i 4 strony umowy." (k. 8596-8597),
- z wypowiedzenia umowy przez konsumenta - "Operator, który do mnie przyszedł oświadczył, że jest z Telekomunikacji Orange Polska S.A. i jest wystany do tych co mają telefony domowe (..)

(...)

Powiedział mi, że mój abonament zostanie obniżony z 31,98 do 18,86 będzie 100 min darmowych na miesiąc.

(...)

(...) jak się dowiedziałem, to tylko na dwa miesiące a później wzrośnie jak tak to ja się wycofuje od Telekomunikacji dla Domu (...)." (k. 9373).

W oparciu o informacje zawarte w pismach konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że przedstawiciele składający konsumentom wizytę TDD **nie przekazywali konsumentom wszystkich wymaganych przez ustawę oraz umowę dokumentów**. Dokumenty, do których przekazania zobowiązany był kurier lub umocowany do zawierania umów przedstawiciel TDD zostały wymienione i omówione na str. 13 decyzji.

Przed wszystkim kurierzy lub umocowani przedstawiciele TDD **nie informowali konsumentów o przysługującym im prawie odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość ani nie przekazywali im dokumentu zawierającego pouczenie o odstąpieniu oraz wzoru formularza odstąpienia od umowy**. Tymczasem zarówno pouczenie jak i wzór formularza odstąpienia od umowy stanowiły załączniki do umowy i powinny zostać wręczone konsumentowi. O powyższych nieprawidłowościach świadczą w szczególności następujące fragmenty sygnałów konsumentów:

- *"Nie otrzymałam wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, pomimo, że na umowie moim podpisem to <potwierdzam>. Tak samo niewidoczne było pouczenie o odstąpieniu."* (k. 937),
- *"(...) w rozmowie telefonicznej z osobą podającą się za przedstawicielkę firmy Orange (...) zaproponowano mi obniżenie opłaty abonamentowej za usługi telefoniczne.*
(...)
(...) zgodnie z umową powinienem otrzymać wzór odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz pouczenie o terminie odstąpienia od umowy, czego nie otrzymałem." (k. 1088-1089),
- *"W czasie rozmowy agent nie poinformował mnie o możliwości odstąpienia od zawartej umowy i terminie oraz nie pozostawił odnośnego druku. Podpisaną umowę zabrał ze sobą.*
(...)
Jestem emerytem w podeszłym wieku" (k. 1274),
- *"(...) kurier zostawił mi niekompletną dokumentację. (...) brakuje pierwszej i drugiej strony umowy (...)*
(...)
Nie pouczył mnie też ani nie zostawił mi formularza odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa (...)" (k. 1359),
- *"(...) zorientowałam się, że nie zostałam poinformowana na piśmie o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, jak również nie otrzymałam druku oświadczenia o odstąpieniu (...)"* (k. 8252),
- *"Nie miałam możliwości przeczytania umowy (kilka stron drobnym drukiem), nie zostałam pouczona o rzeczywistych warunkach umowy oraz moich prawach."* (k. 8454),
- *"Podczas podpisywania umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, pracownicy firmy nie informują przyszłych abonentów o możliwości odstąpienia od umowy w terminie 14 dni (...)"* (k. 8190),

- "Przedstawicielka owej firmy zjawiając się w moim domu oszukała mnie przedstawiając się, że jest z firmy Orange, z której usług korzystam. Oświadczyła mi, iż moja dotychczasowa umowa traci ważność i konieczne jest jej przedłużenie(..).
(...) przedstawicielka TDD sprzedała mi w złej wierze swą oszukańczą promocję, ponieważ w praktyce trwa ona tylko 2 Okresy rozliczeniowe.
(...)
(...) nie zostałam poinformowana o prawie odstąpienia od umowy, ani też nie otrzymałam stosownego wzoru (..).
(...) Pragnę jeszcze nadmienić, że przedstawicielka TDD nie zostawiła mi kompletnych dokumentów. Brakuje 3. i 4 strony umowy." (k. 8596-8597).

Prezes Urzędu ustalił również, że niekiedy konsumenci nie otrzymywali w ogóle umowy głównej lub otrzymywali tylko niektóre jej strony. Nie były im także doręczane regulaminy lub cenniki. Zdarzały się również sytuacje, w których konsumentowi nie zostały pozostawione żadne dokumenty. W razie zgłaszania przez konsumentów sprzeciwu, przedstawiciele TDD wskazywali, że dokumenty zostaną przesłane konsumentom w późniejszym czasie.

Na powyższe wskazują przykładowe fragmenty pism konsumentów:

- "Sposób zawarcia transakcji był niezgodny z dobrymi obyczajami. Umowa w (...) zawiera informację, że wraz z umową otrzymałam m.in. Regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych oraz Wzór odstąpienia od umowy, podczas gdy w rzeczywistości takich dokumentów nie dostałam." (k. 8688),
- "(...) Państwa obowiązkiem jest dostarczenie mi oprócz umowy również: Cennik Podstawowy i Cennik Promocyjny a także Wzór odstąpienia od umowy. Wymienionych dokumentów do tej pory nie otrzymałam." (k. 8731),
- "Konsultant tej firmy podając moje dane jakby był przedstawicielem dotychczasowego mojego operatora zaproponował mi korzystne warunki umowy więc się zgodziłam.
(...)
(...) gdy kurier odjechał zorientowałam się, że nie zostawił mi kopii umowy tylko cenniki." (k. 8789),
- "(...) pracownik firmy Telekomunikacja dla Domu Sp. z o.o. podszywając się pod pracownika firmy Orange umówił się telefonicznie ze mną na wizytę domową, podczas której zaproponował mi zniżkę w abonamencie (...).
(...)
(...) Ponadto poinformował, że jeden egzemplarz umowy z dwóch przeze mnie podpisanych odeśle pocztą, co nie nastąpiło do dzisiaj." (k. 8791),
- "(...) pod koniec września 2014 roku do domu moich rodziców przyszło dwóch akwizytorów przedstawili się jako „telekomunikacja”, „energetyka” albo „centrum energetyczne” (...) poinformowali że skończyła się dotychczasowa umowa i trzeba ją przedłużyć. Nie zostawili żadnych dokumentów tylko powiedzieli że „papiery” ktoś im później dostarczy ale tak jak wspominałam powyżej umowa nie została dostarczona do dnia dzisiejszego". (k. 9604 (106)),
- "(...) zadzwoniła do mnie Pani (...) podając się jako przedstawiciel firmy Telekomunikacja Orange z propozycją obniżenia abonamentu na 19 złotych już w miesiącu maju 2015 r. Będąc pewnym, że propozycja jest z firmy Orange wyraziłem zgodę." "Okazało się, że umowa nie zawiera pierwszej i drugiej strony (najważniejszej) (...)." (k. 9604 (1405)),

- „Z podpisanych dokumentów otrzymałem tylko kopię umowy, oraz pierwszą stronę regulaminu na świadczenia usług telekomunikacyjnych. - Nie otrzymałem wzoru odstąpienia od umowy zawartej (...) - Nie otrzymałem kopii podpisywanych oświadczeń. **Na moje zapytanie, dlaczego nie otrzymuję kopii - przedstawiciel waszej firmy poinformował mnie, że oświadczenia te zawarte są w regulaminie, co później okazało się nieprawdą.** - Przedstawiciel waszej firmy, jako podmiot nieuprawniony żądał przedstawienia kopii rachunku i podczas pobytu zabrał część tytułową rachunku. Żądam zwrotu tego dokumentu”. (k. 11492).

Prezes Urzędu ustalił na podstawie pism konsumentów, że **wizyta kuriera co do zasady przebiegała w pośpiechu**. Kurierzy nie umożliwiali konsumentom swobodnego zapoznania się z umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz dołączonymi do niej dokumentami przed jej podpisaniem. **Wywierali na nich nacisk w celu jak najszybszego podpisania umowy**, argumentując to przede wszystkim tym, że się spieszą. Co więcej, **wbrew zapewnieniom Spółki, kurierzy nie umożliwiali konsumentom zapoznania się z dokumentami poprzez pozostawienie ich u nich i zaproponowanie odbioru w innym terminie. Nie udzielali również odpowiedzi na pytania zadawane przez konsumentów lub zgłaszane przez nich wątpliwości.**

- "(..) zadzwoniła do mnie konsultantka, przedstawiając się jako reprezentantka firmy Orange- mojego dotychczasowego operatora, z ofertą obniżenia abonamentu. Na dzień następny przyjechał kurier, który wskazując na **ogromny pośpiech - nie pozwolił mi przeczytać umowy. Wszelką dokumentację zabrał, zapewniając, że to firma musi jeszcze podpisać i mi dokumenty odeśle, co do dnia dzisiejszego nie nastąpiło.**" (k. 8618),
- "(...) przybył do mojego domu konsultant, przedstawiający się jako reprezentant firmy Orange, który prowadził tak rozmowę, że utwierdzał mnie w przekonaniu, że rozmawiam z reprezentantem firmy Orange- mojego dotychczasowego operatora, z ofertą obniżenia abonamentu. **Wskazując na ogromny pośpiech - nie pozwolił mi przeczytać umowy. Tak pozbawiony wszelkiej prawidłowej informacji, byłem przekonany, że dokonuje podpisania aneksu umowy z Orange.**" (k. 8969),
- "Proponują Państwo podpisanie sugerując, że umowa z Orange (czyli była telekomunikacją) kończy się i należy zawrzeć nową.
(...)
Odebrałam telefon w którym Pani poinformowała mnie, że dzwoni w sprawie telefonu stacjonarnego i że kończy się umowa na telefon - zatem musimy podpisać nową.
(...)
Dopytywałam, czy nie jest to podobna firma do znanej z przeszłości <telekomunikacji Dzień Dobry>, ale pośpiesznie zapewniał mnie, że wszystko jest w porządku i szybko muszę podpisać dokumenty - bo on jest tylko kurierem i musi zabrać przesyłkę." (k. 1239),
- "Sposób przedstawienia się w tej rozmowie pracownika firmy TD oraz oferta promocyjna odebrane zostały przeze mnie jako oferta mojego dotychczasowego operatora (czyli Orange Polska S.A) ponieważ sposób przekazywania (...) był dwuznaczny i mógł sugerować ofertę dotychczasowego operatora. Było to działanie celowo wprowadzające w błąd. **Cała sytuacja podpisywania umowy odbywała się w ogromnym pośpiechu i chaosie.**" (k. 3583),

- „W obecności kuriera, który podawał się za przedstawiciela spółki Orange S.A. i który wprowadzał nerwową atmosferę ponaglając mnie do złożenia podpisów, podpisałam wskazane wyżej umowy.
(...)
Umowy te nie zostały mi wydane.
(...)
(...) do dnia dzisiejszego nie otrzymałam żadnej umowy (k. 1349),
- "(...)podpisując umowę w nerwowej atmosferze, pod wpływem presji czasu wywołanej przez spieszącego się pracownika (...) działałam w mylnym przekonaniu, iż podpisuję kolejną umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z firmą Orange, której jestem klientem od wielu lat.
(...)telefonicznie zostałam wprowadzona w błąd przez pracownika spółki pn. Telekomunikacja dla domu, który podał, iż telefonuje z firmy Orange i zapewnił mnie o nowym korzystnym abonamencie, który miał spowodować obniżenie moich dotychczasowych płatności(...)." (k. 8753).

Ustalenia co do czasu trwania wizyty kuriera u konsumenta Prezes Urzędu poczynił również w oparciu o zeznania agentów lub ich pracowników złożone w toku rozprawy administracyjnej przeprowadzonej w ramach postępowania. Z ww. zeznań wynika, że kurier w ciągu jednego dnia z reguły był zobligowany do doręczenia [*****] kompletów umów. Obrazują to m.in. następujące fragmenty zeznań:

- „Najczęściej jeden przedstawiciel miał umówionych na jeden dzień [*****] klientów. (...) W trakcie jednego dnia byłam w stanie umówić [****]. To było najwięcej, ile umówiłam.”
Dowód: zeznania [*****], protokół z rozprawy administracyjnej z 15 kwietnia 2016 r. (k. 8096).
- „Z tego co pamiętam, w trakcie dnia średnio zawierałem około [*****] Zdarzało się również [***].”
Dowód: zeznania [*****], protokół z rozprawy administracyjnej z 23 maja 2016 r. (k. 9442).
- „Przed wprowadzeniem [*****] po przeprowadzeniu rozmowy przez konsultanta umowy były drukowane, kurier zabierał [*****], miał opracowaną trasę, kontaktował się z konsumentami telefonicznie, zanim do nich pojechał.”
Dowód: zeznania [*****], protokół z rozprawy administracyjnej z 25 maja 2016 r. (k. 9478).
- „W ciągu jednego dnia kurier odwiedzał około [***] konsumentów. Ja ustalałem trasy kurierów.”
Dowód: zeznania [*****], protokół z rozprawy administracyjnej z 1 czerwca 2016 r. (k. 9490).

W oparciu o sygnały konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że na skutek działań Telekomunikacji dla Domu konsumenci podejmowali czynności, których nie wykonaliby, mając pełną świadomość tego, z kim i na jakich zasadach mają zawrzeć umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Świadczą o tym następujące fragmenty sygnałów konsumentów:

- „Państwa mylne deklaracje co do podmiotu i przedmiotu zawieranej umowy wprowadziły mnie w istotny błąd, albowiem nigdy nie złożyłabym oświadczenia woli zawarcia tej umowy, gdybym mogła ocenić sprawę rozsądnie i nie działała pod

wpływem błędu i przymusu - pobyt kuriera około 10 minut, bo mu się spieszyło i mnie ponaglał." (k. 942),

→ „(...) nigdy świadomie nie podpisałabym umowy z innym operatorem bez uprzedniego rozwiązania umowy z poprzednim operatorem ponieważ oczywistym jest, że płaciłabym podwójny abonament.

(...)

Biorąc pod uwagę iż umowa ta została zawarta z wykorzystaniem podstępów, mając na względzie mój wiek i stan zdrowia (II grupa inwalidzka- zły stan wzroku) - w tych okolicznościach Państwa mylne deklaracje co do podmiotu i przedmiotu zawieranej umowy wprowadziły mnie w istotny błąd, albowiem **nie złożyłabym oświadczenia woli zawarcia tej umowy**, gdybym mogła ocenić sprawę rozsądnie i nie działała pod wpływem błędu i przymusu- pobyt kuriera około 10 minut, bo mu się spieszyło.” (k. 1110-1111),

→ "Przedstawiciel firmy Telekomunikacja dla domu telefonicznie zapewniał mnie, że po podpisaniu umowy z jego firmą opłaty za mój telefon znacząco się zmniejszą.

(...)

Dostaję dalej of firmy Netia rachunki w zwyczajowej wysokości, oprócz tego rachunki od telekomunikacji dla domu za maj i czerwiec 2015 r. w wysokości po 17.05 zł. bez opisu czego dotyczą. Wynika z tego, że za telefon płacę dodatkowo 17,05 zł. A więc więcej niż mniej. Uważam to za jawne oszustwo. **Gdybym jednak chciała rozwiązać umowę z TDD to zostanę obciążona tzw. opłatą wyrównawczą około 600 zł. O tym wszystkim przedstawiciel firmy Telekomunikacja dla domu mnie nie poinformował.** Nie powiedział mi też w jakim terminie, trybie będę mogła rozwiązać umowę jeżeli nie będę z niej zadowolona." (k. 9604 (1587)),

→ "(...) nie otrzymałem wraz z umową stosownego wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, który to wzór przedsiębiorca jest zobowiązany udostępnić konsumentowi. **Zatem gdyby Państwo dopełnili swoich obowiązków wynikających z ustawy i udostępni mi takowy formularz to na pewno bym z niego skorzystała.**" (k. 1134),

→ "Z usług dotychczasowego operatora jestem zadowolona i nigdy nie podpisałabym żadnej innej umowy na te usługi, gdyby nie bezczelność, arogancja, tupeciarstwo i namowy przedstawiciela w/w. firmy. Było to łatwe pole do wykorzystania mnie, ponieważ sądziłam, że ktoś przychodząc do mnie robi to w dobrej wierze i chce mi jakoś pomóc". (k. 3425)

→ "(...) zostałam wprowadzona w błąd i wykorzystana przez Waszego przedstawiciela. Byłam bowiem pewna, że rozmawiam z przedstawicielem Telekomunikacji Polskiej S.A.

(...)

Ponadto zaznaczam, że wydane mi dokumenty nie zawierają wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy". (k. 3428),

→ "Przedstawiciel Telekomunikacji dla Domu Sp.z o.o. nie przedstawiając jasnej i rzetelnej informacji o firmie, którą reprezentuje oraz nie informując o rzeczywistej treści podpisywanych przez Panią (...) dokumentów, w tym wynikających z nich prawach i obowiązkach (...). **Gdyby Pani (...) wiedziała o tym, że firma z którą zawiera umowę to nie ta, w której posiada numer nigdy nie zawarłaby takiej umowy.**

(...)

(...) należy podkreślić, że Pani (...) ma 82 lata i nie potrafi czytać ani pisać, potrafi jedynie złożyć swój podpis.

(...)

(...)przedstawiciel Telekomunikacji dla Domu Sp. z o.o. nie pozostawił mojej Mocodawczyni żadnego egzemplarza czy kopii podpisywanych przez nią dokumentów, nie poinformował także o prawie do odstąpienia od umowy." (k. 8477).

Usługi dodatkowe

Prezes Urzędu ustalił, że Spółka świadczyła usługi dodatkowe w postaci wykazu szczegółowych połączeń, tj. „Bilingu on-line”, „Billingu w formie wydruku”, „Billingu CD” lub „Billingu e-mail” (wysyłany na adres e-mail) oraz w postaci tzw. „Usługi Dodatkowej”. „Usługa Dodatkowa” polega na zagwarantowaniu ewentualnym spadkobiercom abonenta, że wszelkie zaległości istniejące lub powstałe w chwili lub po zgonie abonenta nie będą przedmiotem jakiegokolwiek roszczenia TDD względem tych spadkobierców.

Dowód: umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych („KONSUMENT”) (k. 24-25), Cennik Podstawowy oraz Cennik Promocyjny Twoje 100 Minut (k. 26-32), umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych („KONSUMENT”) (k. 4129(1)-4130), Cennik Promocyjny Dynamiczne 100 Minut oraz Cennik Promocyjny Twoje 100 Minut, (k. 4123-4126).

Spółka wskazała, że na dzień 30 września 2015 r. [****] konsumentów, zawierając umowę, zdecydowało się na skorzystanie z usługi „Bilingu w formie wydruku”, [***] - z „Bilingu na e-mail”, a [****] konsumentów z „Usługi Dodatkowej”. Na dzień 30 kwietnia 2018 r.¹⁰ [***] konsumentów będących abonentami Spółki miało aktywną usługę „Bilingu w formie wydruku”, a [***] - „Bilingu on-line”, z kolei [**] konsumentów opłacało „Usługę Dodatkową”.

Dowód: pismo Spółki z 19 października 2015 r. (k. 7203 verte), pismo Spółki z 21 maja 2018 r. (k. 11437-11447).

Wysokość i sposób naliczania opłat za usługi dodatkowe w postaci bilingów był określony w cennikach promocyjnych. Przykładowo „Cennik Promocyjny Dynamiczne 100 Minut” stanowi, że opłata za „Biling w formie wydruku”, „Biling CD” lub „Biling e-mail” wynosi 4,91 zł brutto oraz pobierana jest z dołu i naliczana od drugiego okresu rozliczeniowego. Usługa „Biling on-line” jest bezpłatna. Z kolei warunki świadczenia tzw. „Usługi Dodatkowej”, w tym wysokość miesięcznej opłaty za tę usługę (5,99 zł brutto) zostały określone w § 2¹ umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Dowód: „Cennik Promocyjny Dynamiczne 100 Minut” (k. 129, 129 verte), Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych (k. 25).

W oparciu o dostarczone przez Spółkę wzorce umowne Prezes Urzędu ustalił, że na pierwszej stronie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych znajdują się miejsca (tzw. „okienka”), które konsument mógł zaznaczyć w przypadku woli skorzystania wybranych usług dodatkowych (por § 2 ust. 2 - „Usługa dodatkowa” oraz § 2 ust. 6 - „Billing online”, „Billing w formie wydruku”, „Billing na CD”, „Billing na email”- wysyłany na adres”).

Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki, usługi dodatkowe były świadczone przez TDD w oparciu o zgody udzielone przez konsumentów. TDD zaprzeczyła, jakoby to Spółka miała samodzielnie zakreślać usługi dodatkowe - bez zgody i wiedzy konsumentów. W ocenie

¹⁰ Na dzień 30 kwietnia 2018 r. abonentami Spółki pozostawało [***] konsumentów (pismo Spółki z 21 maja 2018 r., k. 11437-11447).

Przedsiębiorcy dodatkowym potwierdzeniem na to, że abonent wybrał usługę dodatkową i ją zaakceptował był wymóg parafowania pierwszej strony umowy.

Dowód: pismo Spółki z dnia 14 września 2015 r. (k. 4103).

Jednakże Prezes Urzędu nie dał wiary ww. wyjaśnieniom i na podstawie pism konsumentów ustalił, że przedstawiciele TDD nie uzgadniali z konsumentami, który rodzaj bilingu chcieliby otrzymywać. Bez uzyskania zgody konsumentów konsultanci telefoniczni lub kurierzy własnoręcznie zaznaczali na umowie wybór jednego z dostępnych bilingów. Co więcej, nie informowali konsumentów o opłacie za świadczenie usługi dodatkowej w postaci danego bilingu. Prezes Urzędu ustalił także, że przedstawiciele TDD nie pytali konsumentów o zainteresowanie „Usługą Dodatkową”, nie opisywali warunków jej świadczenia ani nie wskazywali na jej koszt.

Konsumenci w swoich pismach wskazywali, że nie wybrali usług wykraczających poza główne świadczenie umowne (niezależnie od tego, że co do zasady konsumenci nie wyrażali w ogóle zgody na zawarcie umowy z TDD). Pomimo braku aktywności konsumentów w tym zakresie okazywało się, że na umowach były zaznaczone „okienka” dotyczące zamówienia usług dodatkowych. Aktywacja usług dodatkowych bez zgody konsumentów następowała niezależnie od stosowanej przez Spółkę procedury zawarcia umowy (dostarczenie wypełnionej wcześniej dokumentacji przez kuriera bądź ustalenie warunków umowy w trakcie wizyty przedstawiciela w domu konsumenta). Pomimo braku wyraźnej zgody konsumentów na świadczenie ww. usług i uiszczanie związanych z tym płatności Spółka żądała od konsumentów zapłaty za te usługi.

Poniżej przedstawiono przykładowe fragmenty pism konsumentów lub rzeczników konsumentów wskazujące na stosowanie przez Spółkę omawianej praktyki (pogrubienia własne):

→ „W dniu 28 maja 2015 r. podpisałam umowę z firmą TD Domu Sp. z o.o. (...) podającą się za firmę ORANGE. Kurierka pozaznaczała na umowie wszystko co mnie dotyczyło, ja tylko podpisałam. Ze względu na mój wiek i postępującą chorobę oczu, nie byłam w stanie wczytać się w umowę napisaną drobnym maczkiem.

(..)

Niby miało to być przedłużenie umowy z ORANGE, ale ze zniżką abonamentu, gdyż terminowo od lat opłacam rachunki za telefon.

(...)

Pani zapewniła mnie, że nic się nie zmieni, a dodatkowo będę miała 100 minut bezpłatnych. Nic takiego nie jest zawarte w warunkach tej fikcyjnej umowy (...)

(k. 1482)

→ „(...) operator umieszcza na fakturze płatność za usługi, których konsumenci nie zamawiali i które nie wynikają z zawartej przez nich umowy. Jest to billing w formie wydruku, za który opłata wynosi 4,91 brutto miesięcznie oraz usługa oznaczona na fakturze jako <usługa dodatkowa> za 5,99 zł brutto miesięcznie. W swoich umowach klienci mają zaznaczony <billing online>, za który zgodnie z cennikiem opłata wynosi 0 zł. W umowie nie ma natomiast mowy o usłudze dodatkowej. W wyniku postępowania reklamacyjnego okazuje się, że pełna nazwa spornej usługi to <Usługa gwarancji rachunku> i gwarantuje ona anulowanie zaległości za usługi telekomunikacyjne względem Operatora, które są na koncie abonenckim w momencie zgonu lub po zgonie. Jeśli konsument zawnioskuje

o wyjaśnienie nieprawidłowości dotyczących naliczonych opłat, to Operator dokonuje korekty wystawionych faktur. Abonenci otrzymują również pismo z informacją czego dotyczy usługa dodatkowa oraz, że zgodnie z zapisami w Umowie opłaty za kwestionowane usługi nie powinny być naliczone, a sporne usługi zostały wyłączone". (k. 2823-2824),

→ " (...) zadzwoniła do mnie pracownica tej firmy, informując, że mój dotychczasowy operator u którego miałam telefon stacjonarny - Orange - „przestaje istnieć”. W związku z tym, zaproponowano mi ofertę Telekomunikacji dla Domu, która-jak Pani zapewniała- będzie dla mnie korzystna.

(...)

Faktura za grudzień opiewała na kwotę kilkakrotnie wyższą, niż ta, którą mi obiecywano podczas podpisania umowy, czyli zamiast 19 zł- prawie 61 zł (...). Na marginesie, podczas podpisywania umowy pracownik firmy nie pytał mnie, czy jestem zainteresowana usługami dodatkowymi, ja np. billing, czy ubezpieczenie na wypadek śmierci- mimo to zostały mi one doliczone, a niby gratisowy pakiet 100 minut okazał się kosztować 5 zł." (k. 9604 (335)),

→ „Dnia 26 czerwca 2014 roku podpisałam wypełnioną uprzednio przez kogoś umowę (zaznaczono krzyżykiem punkty wskazujące na rzekomo moją wolę). Kurier nie pozwolił mi przeczytać umowy. Zdołałam tylko rzucić okiem i stwierdzić, że w punkcie 2 zaznaczono „utrzymanie łącza abonenckiego do sieci telefonicznej Orange Polska S.A.” (k. 8397),

→ „Telekomunikacja dla domu nalicza też jak wynika z pisma z dnia 15.02.2016 r. opłatę dodatkową <gwarancja rachunku> (...).

(...)

Koszt tej usługi wynosi 5,99 zł brutto miesięcznie. (...) twierdzi, że o dodatkowych kosztach też nie była informowana". (k. 11831),

→ "W październiku 2014 r. telefonująca do mnie pracownica <Telekomunikacji> zaproponowała mi niższe opłaty za telefon, jeżeli przejdę do Telekomunikacji, ja odpowiedziałam że płacę abonament w wysokości 26 zł + VAT, dzwoniąca do mnie pracownica oznajmiła mi że ich abonament wynosi 18 zł w tym 100 minut bezpłatnych rozmów.

(...)

Otrzymałam w lutym 2015 r. rachunek za telefon zawiera - opłatę abonamentową w wysokości 28,58 + VAT miesięcznie, - opłatę za 100 minut (wg telefonu bezpłatnie) 5,00 +VAT miesięcznie, - naliczono mi opłaty za usługi dodatkowe - 4,87 + VAT miesięcznie nie zamawiałam, naliczono mi opłaty za billing w formie wydruku 3,99+ VAT - miesięcznie nie zamawiałam (...).

(...)

Razem wysokość opłat za telefon po zmianie operatora wzrosła nieomal o 100% w stosunku do opłat w Orange" (k. 1309),

→ "Z przesłanego przez Państwo wraz z odpowiedzią na reklamację cennika nie wynika aby jednorazowa opłata aktywacyjna usługi ręcznego wybierania przez Abonenta numeru dostępu do sieci za pośrednictwem Prefixu 1099 (...) kosztowała 12,00 zł (netto) oraz aby (...) zamawiała Pakiet Minuty, którego koszt wynosi 5,00 zł. (netto) miesięcznie. Ponadto z faktury VAT (...) wynika, iż świadczą Państwo tzw. usługę dodatkową - koszt 4,97 zł. (netto) oraz billing w formie wydruku - koszt 3,99 zł. (netto), których, jak wynika z umowy, (...) w ogóle nie zamawiała" (k. 4016),

→ „(...) 22 stycznia 2015 przyszedł do mnie Państwa Pełnomocnik z propozycją obniżenia aktualnie płaconych rachunków za telefon stacjonarny.

(...)

(...) a wg oferty Państwa Pełnomocnika miałam płacić 29,90 brutto). Przedstawiciel firmy wypełnił umowę, zaznaczył krzyżykami jakieś opcje i wskazał palcem miejsce w którym miałam złożyć podpis. Nadmieniam, że nie zostały mi przeczytane ani wręczone warunki umowy przed jej podpisaniem. Pierwszy rachunek telefoniczny dostałam na kwotę 20,91 zł., kolejne dwa rachunki na 54,22 i 53,70.

(...)

Uważam się za osobę pokrzywdzoną i oszukaną, Państwa firma naciąga emerytów obiecując niższe rachunki w czasie prezentowania oferty, potem jednak okazuje się, że kwoty do zapłaty są prawie dwukrotnie wyższe. (k. 11496).

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

Naruszenie interesu publicznego

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. 2015 r., poz. 184, dalej jako „uokik”) w zw. z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015 r., poz. 1634), ochrona interesów konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Działania Prezesa Urzędu mają 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. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstawę do rozstrzygnięcia przez Prezesa Urzędu sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Interes publiczny wymaga, aby zapewniona była ochrona konsumentów w procesie zawierania i następnie wykonywania umów w sektorze telekomunikacyjnym. Bardzo istotna jest w szczególności potrzeba zapewnienia przestrzegania praw konsumentów związanych z zawieraniem umów poza lokalem przedsiębiorstwa oraz przy wykorzystywaniu środków porozumiewania się na odległość.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, gdyż wiąże się z ochroną interesu szerokiego grona konsumentów. Prezes Urzędu wszczął postępowanie w wyniku analizy wielu sygnałów i skarg konsumentów oraz rzeczników konsumentów otrzymanych w związku z działalnością TDD, informujących o podejrzeniu stosowania przez Spółkę praktyk zakazanych przez uokik. Liczne skargi i sygnały konsumentów związane z prowadzoną przez Spółkę działalnością wpływały do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów również po wszczęciu postępowania w niniejszej sprawie. Skargi te, pochodzące od różnych osób, dotyczą podobnych, niemalże schematycznych postępowań Spółki, które mogą być skierowane i mogą dotyczyć każdego nawet potencjalnego klienta Spółki. Działania Przedsiębiorcy analizowane w toku niniejszego postępowania nie dotyczą interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów, których sytuacja jest zbliżona. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym

w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieją zatem podstawy do oceny zachowania Telekomunikacji dla Domu spółki z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik¹¹ zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zgodnie z ust. 2 powołanego przepisu, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie **bezprawne działanie przedsiębiorcy**, w szczególności: 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296, z późn. zm.); 2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; 3) **nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji**. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów (art. 24 ust. 3 uokik).

Jak wynika z art. 24 ust. 2 uokik, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może zostać uznać wyłącznie takie działanie przedsiębiorcy, które spełnia łącznie następujące przesłanki:

- oceniane zachowanie musi być podejmowane przez podmiot będący przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;
- zachowanie przedsiębiorcy jest bezprawne;
- zachowanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowe interesy konsumentów.

W ocenie Prezesa Urzędu w analizowanym przypadku bezprawność działań podejmowanych przez Spółkę polega na naruszeniu zakazu określonego w art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206 ze zm., dalej jako: „upnpr”).

Status przedsiębiorcy

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera legalną definicję przedsiębiorcy. Definicja ta częściowo odwołuje się do definicji przedsiębiorcy zawartej w przepisach regulujących zasady podejmowania, wykonywania i zakończenia działalności gospodarczej na terytorium RP.

Aktualnie definicja przedsiębiorcy zawarta jest w ustawie Prawo przedsiębiorców z dnia 6 marca 2018 r. (Dz.U. z 2021 r. poz. 162; dalej również: „Prawo przedsiębiorców”). Ustawa Prawo przedsiębiorców weszła w życie dnia 30 kwietnia 2018 r. Wskutek powyższego obowiązująca uprzednio ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. z 2015 r. poz. 584; dalej również: „usdg”), na podstawie art. 192 Przepisów wprowadzających ustawę - Prawo przedsiębiorców oraz inne ustawy dotyczące działalności gospodarczej z dnia 6 marca 2018 r. (Dz. U. z 2018 r. poz. 650; dalej również: „przepisy wprowadzające”) utraciła moc z dniem wejścia w życie ustawy Prawo przedsiębiorców. Jednak zgodnie z art. 196 ust. 1 przepisów wprowadzających do postępowań w sprawach przedsiębiorców wszczętych **na podstawie przepisów dotychczasowych i niezakończonych**

¹¹ Zgodnie z art. 7 ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2015 r., poz. 1634) do omawianego w decyzji stanu faktycznego zastosowano art. 24 uokik w brzmieniu zgodnym z treścią ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. 2015 r., poz. 184), bez uwzględnienia późniejszych zmian.

przed dniem wejścia w życie ustawy Prawo przedsiębiorców, stosuje się przepisy dotychczasowe. W tym stanie rzeczy, należy odnieść się do definicji przedsiębiorcy zawartej w ustawie o swobodzie działalności gospodarczej.

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik w brzmieniu obowiązującym przed wejściem w życie ustawy Prawo przedsiębiorców pod pojęciem „przedsiębiorcy” należało rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, a także: a) osobę fizyczną, osobę prawną, a także jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej, b) osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu, d) związek przedsiębiorców w rozumieniu pkt 2, z wyłączeniem przepisów dotyczących koncentracji [trzeci człon definicji przedsiębiorcy zawartej w art. 4 pkt 1 lit. c) znajduje zastosowanie wyłącznie w postępowaniach w sprawach koncentracji]. Natomiast w myśl art. 4 ust. 1 usdg przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Działalnością gospodarczą w rozumieniu usdg jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły (art. 2 usdg).

Telekomunikacja dla Domu sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest przedsiębiorcą wpisanym do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000498880, prowadzącym we własnym imieniu działalność gospodarczą w zakresie usług telekomunikacyjnych. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 uokik. Tym samym, Spółka przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Bezprawność

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 uokik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nią bezprawne działania przedsiębiorcy.

W tym miejscu zostanie omówiona przesłanka bezprawności w części wspólnej dla wszystkich zarzutów stawianych Spółce.

Jako działania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca wskazuje w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik). Zgodnie z art. 2 pkt 4 upnpr 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. Pod pojęciem produktu należy z kolei rozumieć każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych (art. 2 pkt 3 upnpr).

Z przywołanego art. 2 pkt 4 upnr wynika zatem, że pojęcie praktyki rynkowej obejmuje zarówno działanie jak i zaniechanie przedsiębiorcy. Jednocześnie w świetle powyższej definicji praktyką rynkową jest tylko takie zachowanie przedsiębiorcy, które jest adresowane do konsumenta i pozostaje w bezpośrednim związku z nabywaniem przez niego produktu. W ocenie Prezesa Urzędu, praktyki Spółki wskazane w pkt I-IV rozstrzygnięcia decyzji mieszczą się w ww. definicji praktyki rynkowej.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 upnr 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. Z kolei art. 4 ust. 2 stanowi, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w ust. 1 cytowanego przepisu.

Model przeciętnego konsumenta

Przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym nakazują ocenę zachowania przedsiębiorcy w odniesieniu do **przeciętnego konsumenta**. Tym samym, aby móc uznać daną praktykę rynkową za nieuczciwą w rozumieniu art. 4 upnr, konieczne jest ustalenie modelu przeciętnego konsumenta. Zgodnie z art. 2 pkt 8 upnr przez przeciętnego konsumenta rozumie się konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tej powinno dokonywać 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 czy umysłowa**. Wzorec przeciętnego konsumenta nie jest stały, zmienia się bowiem w zależności od okoliczności konkretnego przypadku. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta dokonywana jest ocena „nieuczciwości” praktyki rynkowej stosowanej przez przedsiębiorcę.

Przeciętnego konsumenta należy rozumieć jako dostatecznie dobrze poinformowanego (przeciętnie) rozważnego i zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego produktu (usługi) informacji, przekazywanej w sposób niewprowadzający w błąd, a także do rzetelnego i uczciwego traktowania przez przedsiębiorcę. Wskazanie na cechy takie jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa pewien zespół cech konsumenta (jego „przeciętność”) polegających na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna.

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. Przeciętny konsument **zderzony z siatką pojęciową charakterystyczną dla istniejących stosunków prawnych ma prawo przypuszczać, że przedstawiona mu oferta jest ofertą pochodzącą od jego dotychczasowego dostawcy usług telekomunikacyjnych**. Przeciętny konsument może również zakładać, że informacje udzielane przez przedstawiciela przedsiębiorcy są pełne

i kompletne. Przeciętny konsument ma prawo **działać w zaufaniu do przedsiębiorcy**. W przypadku, gdy z wypowiedzi konsumenta wynika, iż źle zrozumiał on zapewnienia przedsiębiorcy, przeciętny konsument ma prawo oczekiwać, że ten wyprowadzi go z błędu i ponownie wyjaśni niezrozumiałe dla niego kwestie. Przeciętny konsument dokonujący czynności prawnej z firmą telekomunikacyjną, a zatem działającą na rynku regulowanym, ma prawo przypuszczać, że taki **przedsiębiorca: nie będzie podszywał się pod dotychczasowego dostawcę usług telekomunikacyjnych konsumenta** w celu zdobycia klienta; przekaze mu wszystkie istotne informacje dotyczące prezentowanej oferty, (w szczególności te związane z ceną usługi, czasem obowiązywania ceny promocyjnej oraz ceną standardową za usługę należną po upływie czasu obowiązywania ceny promocyjnej) oraz że profesjonalista poinformuje go w sposób jasny i stanowczy, iż jest odrębnym dostawcą usług od aktualnego dostawcy konsumenta (jeżeli tak w danych okolicznościach jest), a także o tym, że skorzystanie z prezentowanej oferty wiązać się będzie z koniecznością zmiany operatora oraz o wszystkich (również finansowych) z tym związanych dla konsumenta konsekwencjach.

Adresatem działań Spółki polegających na prezentowaniu i oferowaniu usług telekomunikacyjnych jest ogół konsumentów. Na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego nie można przyjąć, że działania Spółki były kierowane do szczególnej, dającej się wyodrębnić na podstawie wspólnej cechy grupy konsumentów. Poczynione ustalenia wskazują jednak, że kontrahentami Spółki są w dużej części przypadków osoby starsze, w wieku powyżej [*****]. Potwierdzają to wyjaśnienia Spółki oraz podmiotów współpracujących (por. str. 8-9 decyzji). W ocenie Prezesa Urzędu wynika to przede wszystkim z charakterystyki stacjonarnych usług telekomunikacyjnych. 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 na tej podstawie wnioskować, że Spółka kieruje swoją ofertę wyłącznie do takich osób, jednakże ww. okoliczności uwzględnić należy również przy analizie modelu przeciętnego konsumenta usług telefonii stacjonarnej.

Osoby starsze z reguły charakteryzują się pewnymi cechami, które sprawiają, iż są szczególnie podatne na praktyki stosowane przez Spółkę. W tej grupie konsumentów dominują osoby mające dosyć niską świadomość zmieniającego się m.in. otoczenia prawnego-gospodarczego. Są to również często osoby w trudniejszej sytuacji materialnej, które utrzymują się z emerytury lub renty, co może skłaniać je do podejmowania decyzji finansowych choćby pozornie maksymalizujących oszczędności, na co wskazują również pisma konsumentów kierowane do Urzędu [por. ustalenia faktyczne, str. 8-9 decyzji; np. *„Na leczenie wydaję b. dużo pieniędzy na leki i lekarzy. Pozostaje mi mało z tej skromnej emeryturki na życie.”* (k. 1155(1))]. Jednocześnie osoby starsze charakteryzują się zwykle wyższym poziomem zaufania wobec osób trzecich [por. np. *„(...) wnoszę zdecydowany sprzeciw przeciwko takiej praktyce (...), podszywania się pod inne firmy, oszukiwania, niedoinformowania o wszystkich kosztach, zwodzenia i wykorzystywania starszych ludzi, (jak ja - mam 86 lat), ich gorszej percepcji, łatwowierności i przyzwyczajenia do uczciwości i solidności, dla „pozyskiwania” w ten sposób klientów.”* (k. 1108)]. Osoby te z reguły nie posiadają także wystarczającej wiedzy o przysługujących im uprawnieniach wynikających z odpowiednich aktów prawnych. Osoby starsze często zmagają się z różnego rodzaju chorobami i dolegliwościami (np. wady wzroku) utrudniającymi im codzienne funkcjonowanie, jak również właściwą ocenę kierowanych do nich komunikatów

marketingowych, czy też przedstawianych im do podpisania umów [por. np. „*Ponadto pragnę poinformować, że jestem osobą w podeszłym wieku (77 lat) i mam osłabiony słuch i wzrok.*” (k. 883)].

Z uwagi na powyższe w niniejszej sprawie za przeciętnego konsumenta uznano osobę, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy kontaktach z przedsiębiorcami, która ma ogólną wiedzę o przysługujących jej uprawnieniach w zakresie zawierania umów, jednakże nie orientuje się co do konkretnych rozwiązań prawnych związanych z zawieraniem umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, przy uwzględnieniu jednak wskazywanych powyżej ograniczeń charakterystycznych dla przeciętnych konsumentów korzystających z usług telefonii stacjonarnej.

Odpowiedzialność za podmioty trzecie

Przed przedstawieniem szczegółowych rozważań w kwestii stosowania przez Spółkę zarzuconych jej praktyk Prezes Urzędu uznał za konieczne odniesienie się do specyfiki jej działalności wynikającej z posługiwania się podmiotami trzecimi (partnerami) przy prezentowaniu oferty i zawieraniu umów z konsumentami. W ocenie Prezesa Urzędu fakt ten w żadnej mierze nie wpływa na możliwość przypisania Spółce odpowiedzialności za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Istotne są bowiem relacje Spółki z tymi podmiotami wynikające z zawartych umów agencyjnych, jak również z zakresu nadzoru Spółki nad działalnością podwykonawców.

Jak już wskazano, w umowach agencyjnych Spółka powierzyła partnerom handlowym zawieranie w swoim imieniu 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 działali również konsultanci i kurierzy będący pracownikami lub współpracownikami agentów Spółki. W konsekwencji ich działania i zaniechania muszą być potraktowane jako działania i zaniechania Spółki.

W tym kontekście podkreślić należy również, że relacje pomiędzy Spółką a jej agentami, a także pomiędzy agentami a ich współpracownikami są konsumentom nieznanymi i niemożliwymi do ustalenia. Konsument, który otrzymywał propozycję zawarcia umowy ze Spółką, nie miał świadomości, jaki podmiot w imieniu Spółki złożył mu taką propozycję, taka informacja nie widniała również na umowie, która była zawierana z TDD. W tym zakresie z treści zawartej umowy, konsument mógł wyczytać jedynie dane osobowe umocowanego do zawierania w imieniu Spółki przedstawiciela. Podkreślić przy tym trzeba, że bez znaczenia dla konsumenta są relacje wiążące Spółkę z agentem, pracownikiem agenta, czy kurierem. Dla konsumenta istotne jest to, że to Spółka występowała do niego z ofertą i to, że to ze Spółką konsument wiązał się z umową.

Niezależnie od tego, czy w umowach Spółka uregulowała bardziej lub mniej szczegółowo obowiązki agentów, w kontaktach z konsumentami prezentowali oni ofertę Spółki, dążąc do podpisania przez konsumenta umowy właśnie ze Spółką.

Współpracujące ze Spółką podmioty nie podejmowały wobec konsumentów żadnych czynności faktycznych ani prawnych w swoim imieniu i na swoją rzecz. Jednocześnie to do Spółki należała ocena, czy partner wykonuje prawidłowo przewidziane w umowie obowiązki. Tym samym partnerzy Spółki przy zawieraniu umów na jej rzecz jedynie formalnie byli od niej niezależni. W praktyce bowiem w umowach agencyjnych Spółka zastrzegła sobie daleko idącą kontrolę nad działaniem tych podmiotów obejmującą sankcje ekonomiczne

(w przypadku niewykonywania lub nienależytego wykonywania obowiązków agenta). Proces zawierania umów z konsumentami na rzecz TDD należy zatem oceniać jako całość niezależnie od powiązań prawnych i organizacyjnych pomiędzy poszczególnymi przedsiębiorcami i osobami fizycznymi w niego zaangażowanymi.

W toku wykonywania umów Spółka miała możliwość nadzoru na działalnością swoich przedstawicieli, których obowiązki są szczegółowo określone warunkami współpracy z agentem. Prezes Urzędu ustalił, że wiele z sygnałów konsumentów dotyczących nieprawidłowości w procesie zawierania umowy z TDD kierowanych do Prezesa Urzędu otrzymywała również Spółka. Pomimo tego nadzór nad działalnością podmiotów współpracujących był w dużym stopniu ograniczony i nie przełożył się na podjęcie bardziej stanowczych działań przez TDD (por. ustalenia zawarte na str. 21-22 decyzji). [*****] Nie przyczyniło się to jednak do zaprzestania naruszeń w procesie zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjne, co obrazują sygnały konsumentów wpływające do Urzędu po zastosowaniu ww. środków. Spółka nie dokonała ponadto istotnych zmian w stosowanych procedurach. Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika ponadto, że TDD nie przeprowadzała regularnych kontroli mających na celu weryfikację pracy agentów. Pomimo zainteresowania ze strony tych ostatnich Spółka nie przekazywała ponadto zastrzeżeń dotyczących ich działalności.

Mając na uwadze powyższe okoliczności, należy uznać, że działania i zaniechania agentów muszą być potraktowane jako działania i zaniechania Spółki. 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.

Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt I.1.a rozstrzygnięcia decyzji

Praktyka, o której mowa w pkt I.1.a decyzji, polega na **wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, o tożsamości przedsiębiorcy składającego propozycję zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych poprzez niepodawanie nazwy oraz adresu przedsiębiorcy.**

Sprzeczność z prawem ww. praktyki Prezes Urzędu wywodzi z naruszenia przez Spółkę art. 6 ust. 1, ust. 3 pkt 1 oraz ust. 4 pkt 2 w związku z art. 4 ust. 2 upnpr.

Zgodnie z art. 6 ust. 1 upnpr praktykę rynkową uznaje się za **zaniechanie wprowadzające w błąd**, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Art. 6 ust. 3 pkt 1 upnpr stanowi, że wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu. W przypadku propozycji nabycia produktu za istotne informacje, o których mowa w ust. 1, uznaje się w szczególności imię, nazwisko (nazwę) i adres przedsiębiorcy (siedzibę) oraz przedsiębiorcy, na którego rzecz działa (art. 6 ust. 4 pkt 2 upnpr).

Jak wynika z powyższego, możliwość wprowadzenia w błąd ma miejsce wtedy, gdy przedsiębiorca **pomija informacje istotne** dla podjęcia przez konsumenta racjonalnej decyzji rynkowej. Brak przekazania ww. informacji przez przedsiębiorcę powoduje, że

przeciętny konsument może wyrobić sobie **mylne wyobrażenie o warunkach proponowanej umowy**, które ostatecznie nie znajduje odzwierciedlenia w rzeczywistym stanie rzeczy. W rezultacie mylnego przekonania konsument może zaś podjąć określoną decyzję ekonomiczną lub wycofać się z niej, przy czym istotne jest, że **nie miałyby to miejsca, gdyby nieuczciwe działanie przedsiębiorcy**.

Dla stwierdzenia występowania praktyki rynkowej nie będzie przy tym miało znaczenia, czy faktycznie doszło do zniekształcenia procesu decyzyjnego konsumenta. Podsumowując, wprowadzenie w błąd polega więc przede wszystkim na zniekształceniu lub możliwości zniekształcenia procesu decyzyjnego konsumenta poprzez wytworzenie u niego mylnego przekonania co do charakteru i warunków transakcji, w którą się angażuje.

Kwalifikacja działania przedsiębiorcy jako nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 6 ust. 1 upnr wymaga zatem wykazania **zaistnienia dwóch przesłanek: (a) wprowadzenia w błąd i (b) podjęcia lub możliwości podjęcia przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął**.

W rozpatrywanej sprawie Prezes Urzędu przeanalizował, **czy informacje** przekazywane przez osoby reprezentujące TDD w trakcie rozmowy telefonicznej oraz następującej po niej osobistej wizycie w lokalu konsumenta, mających na celu doprowadzenie do zawarcia umowy, **obejmowały pełną nazwę oraz adres przedsiębiorcy oraz czy wprowadzały konsumentów w błąd co do tożsamości podmiotu składającego ofertę zawarcia umowy**. Ustalenia wymagało również, czy działanie TDD powodowało lub mogło powodować podjęcie przez konsumenta decyzji, której inaczej by nie podjął.

Ad a) Wprowadzenie w błąd

Informację o tożsamości przedsiębiorcy kontaktującego się z konsumentem należy uznać za podstawową informację, od której przekazania powinna zostać rozpoczęta relacja przedsiębiorca-konsument. Potencjalna strona stosunku prawnego musi bowiem wiedzieć, z kim dokonuje lub dokona w przyszłości czynności prawnej. Ponadto od tej informacji zależeć mogą dalsze ustalenia danego zobowiązania, a zatem konsument powinien zostać poinformowany o nazwie (firmie) i adresie przedsiębiorcy na jak najwcześniejszym etapie zawierania umowy. Istotne jest, by informacja o tożsamości przedsiębiorcy została przedstawiona w sposób kompletny, a więc poprzez **dokładne wskazanie pełnej nazwy (firmy) wraz z formą organizacyjną, w jakiej działa**. Pozwala to konsumentowi na zorientowanie się, iż ma on do czynienia z przedsiębiorcą oraz tego, jaka jest forma prawna jego działalności, a w konsekwencji także skala jego działalności (np. czy jest to osoba fizyczna czy osoba prawna - np. sp. z o.o., S.A.). Jest to **szczególnie istotne** w kontekście przedsiębiorców, których firma nie jest rozpoznawalna na danym rynku i jednocześnie **stanowi połączenie nazw pospolitych, które konsument może mylnie interpretować** (np. jako nazwę promocji, określenie rodzaju działalności, itp.).

Jak wspomniano powyżej, zgodnie z art. 6 ust. 4 pkt 2 upnr, przedmiotowe informacje należy uznać za istotne **informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy**. Niezależnie od powyższego o istotnym charakterze informacji o tożsamości przedsiębiorcy przesądza również art. 6 ust. 2 upnr, zgodnie z którym w razie wątpliwości za istotne informacje, o których mowa w ust. 1, uważa się informacje, które przedsiębiorca stosujący praktykę rynkową jest obowiązany podać konsumentom na podstawie odrębnych przepisów.

Do 24 grudnia 2014 r. obowiązek ujawnienia konsumentowi tożsamości przedsiębiorcy wynikał z art. 1 ust. 1 uonpk (w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa) oraz art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk (w odniesieniu do umów zawieranych na odległość). Zgodnie z art. 1 ust. 1 uonpk przedsiębiorca, proponującego konsumentowi zawarcie umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, powinien okazać przed zawarciem umowy dokument potwierdzający prowadzenie działalności gospodarczej oraz dokument tożsamości. Art. 9 ust. 1 pkt 1 uonpk przewidywał, że konsument powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany. Obowiązek przedstawienia się przedsiębiorcy w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość na gruncie stanu prawnego obowiązującego od dnia 25 grudnia 2014 r. wynika natomiast z art. 12 ust. 1 pkt 2 upk. Zgodnie z tym przepisem, najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o swoich danych identyfikujących, w szczególności o firmie, organie, który zarejestrował działalność gospodarczą, a także numerze, pod którym został zarejestrowany.

Tymczasem z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że przedstawiciele TDD kontaktujący się z konsumentami - wbrew dyspozycji ww. przepisów - nie informowali ich w kompletny sposób w imieniu jakiego przedsiębiorcy działali, pomijając pełną nazwę, formę prawną oraz siedzibę Spółki. Działania te miały miejsce zarówno na etapie rozmowy telefonicznej (por. str. 31-33 decyzji), jak i osobistego spotkania z konsumentem w jego domu (por. str. 57-59 decyzji).

Zaniechanie, jakiego dopuszczała się Spółka, przybierało obie formy wskazane w art. 6 ust. 3 pkt 1 upnpr: zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji, jakimi są nazwa i siedziba przedsiębiorcy.

Analiza nagrań rozmów telefonicznych wykazała, że w czasie rozmowy telefonicznej konsultanci nie wskazywali formy prawnej przedsiębiorcy (spółka z ograniczoną odpowiedzialnością) ani nie informował o adresie przedsiębiorcy (Al. Jerozolimskie 123a, 02 017 Warszawa). Wskazaniu nazwy „Telekomunikacja dla Domu” nie towarzyszyły dodatkowe wyjaśnienia, które doprecyzowałyby, że podana nazwa jest właśnie nazwą przedsiębiorcy kontaktującego się z konsumentem. Z wyjątkiem sytuacji, w których konsumenci wyrażali swoje wątpliwości odnośnie proponowanej oferty, nazwa „Telekomunikacja dla Domu” bez prawnej formy działalności Spółki była wskazywana przez konsultantów na początku i pod koniec telefonicznej rozmowy sprzedażowej (por. str. 38 decyzji). **Należy przy tym zauważyć, że z uwagi na dużą ilość informacji dostarczanych przez konsultantów na wstępnym etapie rozmowy (informacja o nagrywaniu, informacja o potrzebie udzielenia zgody na przedstawienie oferty - bez oczekiwania na jej faktyczne wyrażenie przez konsumenta, informacja o obniżeniu dotychczasowych opłat telefonicznych oraz pytania o dane osobowe) konsument mógł nie zorientować się, że w istocie jest to nazwa przedsiębiorcy.** Z uwagi na fakt, iż sformułowanie „Telekomunikacja dla Domu” nie stanowi łatwo rozpoznawalnej nazwy własnej, a wręcz przeciwnie - składa się z nazw pospolitych - konsumenci mogli nie domyślać się, iż ww. sformułowanie należy utożsamiać z nazwą przedsiębiorcy. Z uwagi na krótki okres funkcjonowania przedsiębiorcy pod ww.

nazwą (wpis przedsiębiorcy Telekomunikacja dla Domu Sp. z o.o. do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego nastąpił w lutym 2014 r., Spółka rozpoczęła zawieranie umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych 1 czerwca 2014 r., a praktyki, o których mowa w decyzji zostały zaniechane z dniem 1 kwietnia 2017 r.) sformułowanie „Telekomunikacja dla Domu” nie było rozpoznawane przez konsumentów jako znana im marka i w rezultacie nie było postrzegane przez nich jako nazwa przedsiębiorcy. W końcowym etapie rozmowy konsultanci ograniczali się natomiast do wzmianki, iż na dokumentach „będzie napisane” „Telekomunikacja dla Domu”, jednocześnie nie informując, co ww. nazwa oznacza, co również należy uznać za niewystarczające w celu przejrzystego poinformowania konsumenta o tożsamości przedsiębiorcy (por. str. 37-38 decyzji). Takie sformułowanie mogło być niekiedy odbierane przez konsumenta jako nazwa promocji. Dodatkowo, uprzedzony o tym, iż na dokumentach znajdzie się sformułowanie „Telekomunikacja dla Domu”, konsument nie był zaskoczony w momencie, gdy ww. nazwa padała na późniejszym etapie - tj. w momencie dostarczenia dokumentacji do podpisu. W konsekwencji mógł nie podejrzewać, że stroną zawieranej przez niego umowy będzie podmiot inny niż jego dotychczasowy dostawca usług. Ponadto, zgodnie z ustaleniami Prezesa Urzędu, na żadnym etapie rozmowy sprzedażowej konsumenci nie przekazywali konsumentom informacji na temat siedziby przedsiębiorcy.

Tym samym, w ocenie Prezesa Urzędu, nie można oczekiwać od przeciętnego konsumenta, że na podstawie tak lakonicznych, niepełnych i często pozbawionych szerszego kontekstu informacji będzie w stanie ustalić tożsamość kontaktującego się z nim przedsiębiorcy. W odczuciu przeciętnego konsumenta, podawana przez konsultantów w ww. formie nazwa „Telekomunikacja dla Domu” mogła oznaczać hasło reklamowe czy nazwę oferowanego pakietu lub dostępnej promocji. W ocenie Prezesa Urzędu takie zachowanie Spółki sprowadzało się do **zatajania lub nieprzekazania w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących usługi, tj. nazwy przedsiębiorcy, co skutkowało wprowadzaniem konsumentów w błąd.**

Niezależnie od powyższego, jak wskazano na str. 32 decyzji, w praktyce Spółki zdarzały się także przypadki **zatajania przez konsultantów pełnego sformułowania „Telekomunikacja dla Domu”** w czasie rozmów telefonicznych z konsumentami. Wówczas konsultanci ograniczali się jedynie do wskazania, iż reprezentują oni „telekomunikację”. Zgodnie ze „Słownikiem Języka Polskiego PWN” termin „telekomunikacja” oznacza przesyłanie dźwięku i obrazu na odległość; też: dziedzina nauki i techniki oraz dział gospodarki zajmujące się tym zagadnieniem¹². W konsekwencji konsumenci nie mieli świadomości, z jakim podmiotem prowadzili rozmowę i zawierali umowy, a w efekcie byli **wprowadzani w błąd w tym zakresie**. W ocenie Prezesa Urzędu, użycie przez konsultantów ogólnego określenia „telekomunikacja” powodowało, że konsumenci traktowali te osoby jako osoby reprezentujące ich dotychczasowych dostawców usług telekomunikacyjnych, zwłaszcza, że rozmowa telefoniczna przebiegała w takim tonie, jakby osoby dzwoniące do konsumentów posiadały wszystkie ich dane osobowe, miały wiedzę o nazwie aktualnego dostawcy usług dla konsumenta, a także o tym, jakiej wysokości rachunki dany konsument płaci za usługę telefonii stacjonarnej i jak często z niej korzysta (por. uzasadnienie do praktyki, o której mowa w pkt I.1.b decyzji).

¹² Słownik Języka Polskiego PWN, wydanie internetowe, <https://sjp.pwn.pl/sjp/telekomunikacja;2577780>, dostęp na dzień 14.10.2021 r.

Należy podkreślić, że **wprowadzenie konsumentów w błąd co do tożsamości Spółki** miało miejsce również podczas **osobistych wizyt kurierów/przedstawicieli TDD u konsumentów**. Analiza pism konsumentów kierowanych do Urzędu wykazała, że stawiające się u nich osoby unikały przekazania im informacji dotyczących nazwy, adresu czy formy prawnej przedsiębiorcy. Dodatkowo podejmowały one działania mające na celu zatajenie tożsamości Spółki polegające m.in. na zakrywaniu dłonią na okazywanych do podpisu dokumentach nazwy czy logo Spółki. Zdarzały się również sytuację, że kurierzy lub umocowani przedstawiciele Spółki nie zostawiali konsumentom umowy lub nie zostawiali pierwszej i ostatniej strony umowy zawierającej komparycję pozwalającą na identyfikację stron danej umowy (por. str. 57-59 decyzji).

W ocenie Prezesa Urzędu zakres informacji przekazywanych przez przedstawicieli TDD w trakcie rozmów telefonicznych i wizyt osobistych oraz sposób ich przekazywania powodowały, że przeciętny konsument **był wprowadzany w błąd co do tożsamości kontaktującego się z nim przedsiębiorcy**. Nie można bowiem oczekiwać od przeciętnego konsumenta, że będzie w stanie ustalić dane identyfikujące przedsiębiorcę wyłącznie na podstawie niejasnych, niejednoznacznych i niepełnych informacji przedstawionych w kontekście sugerującym istnienie wcześniejszych relacji umownych (por. uzasadnienie do praktyki, o której mowa w pkt I.2a decyzji). Co więcej nie należy wymagać od przeciętnego konsumenta, że - w sytuacji braku uzyskania jakichkolwiek informacji - będzie on samodzielnie ustalał tożsamość przedsiębiorcy. Mając na uwadze powyższe, działania Telekomunikacji dla Domu **należy uznać za wprowadzające konsumentów w błąd**.

Ad b) Wpływ na decyzję przeciętnego konsumenta

Jak wynika z art. 6 ust. 1 upnpr, dla uznania, że określone zachowanie przedsiębiorcy stanowi nieuczciwą praktykę rynkową wprowadzającą w błąd przez zaniechanie, konieczne jest wykazanie, że na skutek tego zachowania przedsiębiorcy doszło do zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta polegającego na podjęciu lub możliwości podjęcia przez niego określonej decyzji dotyczącej umowy, której - wobec innego (uczciwego) zachowania przedsiębiorcy - konsument mógłby nie podjąć lub mógłby podjąć decyzję odmienną.

W konsekwencji braku kompletnego wskazania nazwy reprezentowanego podmiotu przez przedstawicieli TDD konsumenci uzyskiwali **mylne wyobrażenie o tożsamości przedsiębiorcy kontaktującego się z nimi w celu zawarcia umowy**. Zachowanie Spółki polegające na nieprzekazywaniu pełnych informacji o swojej nazwie, formie organizacji prawnej i siedzibie lub ich pomijaniu powodowało, że konsument mógł nie mieć świadomości, od kogo faktycznie pochodzi oferta zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, a w dalszej kolejności z kim w rzeczywistości taką umowę zawiera (o ile w ogóle miał świadomość, że dochodzi do zawarcia umowy).

W kontekście wpływu przedmiotowego zachowania Spółki na decyzję przeciętnego konsumenta podkreślenia wymaga, że stosowanie omawianej praktyki jest (obok drugiej z zakwestionowanych praktyk) jednym z najczęściej pojawiających się zarzutów wobec TDD w skargach konsumentów i innych podmiotów.

Informacja o tożsamości strony stosunku prawnego jest jednym z kluczowych elementów zawieranej umowy. Wywołany działaniem Spółki błąd w zakresie tożsamości przedsiębiorcy leży zatem u **podstaw podjęcia przez konsumenta dalszej decyzji co do umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych**. Brak świadomości, że czynność prawna ma

zostać dokonana z TDD wpływa na wszystkie dalsze ustalenia pomiędzy stronami. W przypadku, gdy konsument - nierzadko związany wieloletnią współpracą z dotychczasowym operatorem - miałby wiedzę co do podmiotu, którego reprezentuje kontaktujący się z nim konsultant lub kurier, **mógłby nie zdecydować się na ustalenia dotyczące warunków nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych**, na co wskazywali konsumenci w pismach kierowanych do Urzędu [por. cytowane powyżej sygnały - „Na skutek błędnego przekonania, iż rozmawiam z przedstawicielem mojego dotychczasowego operatora telekomunikacyjnego zaakceptowałam przedstawioną mi ofertę.” (k. 11734, str. 33 decyzji), "(...) ponieważ byłam przekonana, iż nie zawieram nowej umowy z innym operatorem niż dotychczasowy, a jedynie zmieniam dotychczas obowiązującą umowę” (k. 3187, str. 32 decyzji)].

Brak świadomości co do tożsamości przedsiębiorcy mógł powodować podjęcie przez konsumenta **szeregu decyzji dotyczących umowy, których nie podjąłby**, gdyby już od pierwszego momentu rozmowy z przedstawicielem Spółki znał jej rzeczywistą nazwę oraz siedzibę. Przede wszystkim, mając wiedzę, że kontaktuje się z nim nieznanemu mu dotychczas operator, konsument mógłby już przy pierwszym kontakcie z TDD **nie wyrazić zgody na kontynuowanie rozmowy, a w dalszej kolejności na złożenie mu wizyty przez kuriera**. W ocenie Prezesa Urzędu przeciętny konsument mógłby nie być w ogóle zainteresowany usługami TDD, w szczególności ze względu na posiadanie wiążącej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z innym dostawcą. Jak zaś ustalono w toku postępowania, przedstawiciele TDD kontaktowali się z konsumentami związanymi już umowami o świadczenie usług telekomunikacyjnych (por. str. 38-43). Co więcej, nawet po wysłuchaniu oferty - gdyby konsument był świadomy, że podmiotem oferującym mu zawarcie umowy o świadczenie usług jest TDD, to mógłby w ogóle nie wyrazić zgody na zawarcie nowej umowy ze Spółką, a co za tym idzie na konkretne ustalenia dotyczące takiej umowy lub jej warunki.

W świetle powyższego Prezes Urzędu uznał, że zaniechanie Spółki polegające na nieprzekazywaniu w rozmowach telefonicznych oraz podczas wizyt kurierów informacji o nazwie i adresie Spółki mogło wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd co do jej tożsamości, wpływając zarazem na podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że opisane działania Spółki spełniały przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 oraz ust. 4 pkt 2 upnpr w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt I.1.b rozstrzygnięcia decyzji

Praktyka, o której mowa w pkt I.1.b rozstrzygnięcia decyzji, polega na **wprowadzającym w błąd podawaniu się za dotychczasowego dostawcę usług telekomunikacyjnych**, z którego korzysta konsument. Sprzeczność z prawem drugiej z zakwestionowanych praktyk Prezes Urzędu wywodzi z naruszenia przez Spółkę art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 6 w związku z art. 4 ust. 2 upnpr.

Art. 4 ust. 2 upnpr wskazuje, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się m.in. praktykę wprowadzającą w błąd. Zgodnie z art. 5 ust. 1 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**. Jako jedno z takich działań uznaje się **rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji** (art. 5 ust.2 pkt 1 upnpr). Wprowadzające w błąd działanie może dotyczyć w szczególności rodzaju sprzedaży, powodów stosowania przez

przedsiębiorcę praktyki rynkowej, oświadczeń i symboli dotyczących bezpośredniego lub pośredniego sponsorowania, informacji dotyczących sytuacji gospodarczej lub prawnej przedsiębiorcy lub jego przedstawiciela, w tym jego imienia i nazwiska (nazwy) i majątku, kwalifikacji, statusu, posiadanych zezwoleń, członkostwa lub powiązań oraz praw własności przemysłowej i intelektualnej lub nagród i wyróżnień (art. 5 ust. 3 pkt 6 upnpr). Jednocześnie art. 5 ust. 4 upnpr 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.

Praktykę rynkową wprowadzającą w błąd będzie zatem stanowiło takie **aktywne zachowanie** przedsiębiorcy, które doprowadzi do powstania u **konsumenta mylnego wyobrażenia o rzeczywistości**, które może doprowadzić do **zniekształcenia jego zachowania rynkowego**. Dla stwierdzenia występowania praktyki rynkowej nie będzie przy tym miało znaczenia czy faktycznie doszło do zniekształcenia procesu decyzyjnego konsumenta. Na gruncie art. 5 ust. 1 upnpr relewantna jest bowiem sama możliwość podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której - w braku praktyki przedsiębiorcy - by nie podjął. Kwalifikacja działania przedsiębiorcy jako nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 5 ust. 1 upnpr wymaga zatem wykazania zaistnienia dwóch przesłanek: **(a) wprowadzenia w błąd i (b) podjęcia lub możliwości podjęcia przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.**

W rozpatrywanej sprawie Prezes Urzędu przeanalizował, czy informacje przekazywane przez osoby reprezentujące Spółkę w trakcie rozmowy telefonicznej oraz następującej po niej wizycie osobistej w lokalu konsumenta powodowały u konsumentów **wrażenie, że podmiotem składającym ofertę jest ich dotychczasowy dostawca usług, wprowadzając ich w błąd w tym zakresie**. Ustalenia wymagało również, czy działanie przedstawicieli TDD **powodowało lub mogło powodować podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.**

Ad a) Wprowadzenie w błąd

Jak wskazano powyżej (por. uzasadnienie do praktyki opisanej w pkt I.1.a decyzji), informację o tożsamości przedsiębiorcy kontaktującego się z konsumentem należy uznać za podstawową informację, od której przekazania powinna zostać rozpoczęta relacja przedsiębiorca - konsument, w tym telefoniczna rozmowa sprzedażowa lub wizyta osobista kuriera lub innego przedstawiciela Spółki w lokalu konsumenta. Obowiązek przekazania konsumentom tej informacji istniał zarówno przed jak i po wejściu w życie ustawy o prawach konsumenta (przed ww. datą jego źródłem były przepisy uonpk).

W toku postępowania Prezes Urzędu ustalił, że konsultanci call-center, kurierzy lub umocowani **przedstawiciele TDD sugerowali konsumentom, że oferta**, z którą występują oraz proponowana przez nich czynność prawna (w odbiorze konsumentów często zmiana warunków obowiązującej umowy, w rzeczywistości zawarcie nowej umowy z innym dostawcą usług - por. więcej uzasadnienie do praktyki, o której mowa w pkt I.2.a decyzji), **ma być dokonana z innym niż TDD podmiotem, tj. dotychczasowym dostawcą usług telekomunikacyjnych**. Wprowadzenie w błąd miało miejsce zarówno w trakcie rozmów telefonicznych przeprowadzonych przez konstantanów call-center, jak również podczas osobistych wizyt w lokalach konsumentów.

Na podstawie analizy nagrań rozmów telefonicznych Prezes Urzędu ustalił, że - pomimo posłużenia się w trakcie rozmowy nazwą Telekomunikacja dla Domu - konsultant prowadził

ją w taki, sposób, który sugerował konsumentowi, że rozmawia z dotychczasowym dostawcą usług. Analiza całokształtu informacji przekazywanych konsumentowi podczas rozmowy oraz sposobu jej prowadzenia wykazała, że konsultant **wywołuje u konsumenta mylne wyobrażenie o tożsamości kontaktującego się z nim dostawcą usług.**

Przede wszystkim konsultant prowadził rozmowę w sposób sugerujący konsumentowi, jakby był w posiadaniu wszystkich informacji dotyczących dotychczasowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, której stroną był konsument. Posługiwanie się zwrotami takimi jak „wszystko się zgadza”, „wszystko bez zmian” za każdym razem, gdy konsument przekazywał konsultantowi dane odnoszące się do obecnego kontraktu mogło wywołać u przeciętnego konsumenta wrażenie, że jego rozmówca kontaktuje się z nim w imieniu dotychczasowego dostawcy usług. W ocenie przeciętnego konsumenta dysponowanie przez rozmówcę jego **danymi osobowymi [por. str. 31 oraz 35 decyzji] oraz danymi operatora [por. str. 36 decyzji]**, z którego usług korzysta jest wystarczającą okolicznością uzasadniającą przyjęcie, że rozmówcą tym jest właśnie jego dotychczasowy operator. Powstałe w ten sposób przeświadczenie konsumenta o tożsamości rozmówcy wywołuje z kolei u niego poczucie zaufania do rozmówcy, które przekłada się na chęć kontynuowania rozmowy.

Dla wprowadzenia konsumenta w błąd co do tożsamości przedsiębiorcy składającego propozycję zawarcia umowy **nie ma przy tym znaczenia** posługiwanie się przez konsultanta nazwą „Telekomunikacja dla Domu” (bez formy organizacyjnej oraz adresu siedziby). Nazwa ta wypowiedzana była z reguły na samym początku rozmowy, kiedy konsument nie był jeszcze na niej w pełni skoncentrowany, oraz pod jej koniec. Co więcej, wypowiedzanej nazwie z reguły nie towarzyszyło żadne dodatkowe wyjaśnienie, z którego wynikałoby, że jest to nazwa przedsiębiorcy, (por. uzasadnienie do praktyki, o której mowa w pkt I.1.a decyzji).

Jak wskazano w fragmencie decyzji poświęconym ustaleniom faktycznym (por. str. 38-42 decyzji), konsultanci udzielali **wymijających odpowiedzi** na zgłaszane przez konsumentów wątpliwości odnośnie do tożsamości Spółki. W sytuacji, w której nazwa „Telekomunikacja dla Domu” była przywoływana w związku z bezpośrednim pytaniem konsumenta o tożsamość przedsiębiorcy, który się z nim kontaktował, konsultant **zazwyczaj uzupełniał swoją wypowiedź o wskazanie, że dzwoni do wszystkich klientów, którzy już mają zawarte umowy, niezależnie od tego, na jakich łączach się znajdują.** W takich sytuacjach konsultanci wskazywali również, że przedsiębiorca, w imieniu którego dzwonią działa już na rynku od kilkunastu lat (por. str. 42 decyzji). Co więcej, gdy u konsumentów pojawiały się wątpliwości co do tożsamości przedsiębiorcy, konsultanci co do zasady przechodzili do zapewniania konsumentów, **że numer telefonu i „wszystko” pozostaje bez zmian.**

Przeciętny konsument, uzyskując takie informacje, **mógł dojść do wniosku, że kontaktował się z nim dotychczasowy dostawca usług.** Twierdzenia, iż warunkiem skorzystania z oferty jest konieczność posiadania obowiązującej umowy czy zapewnienia co do niezmienności pewnych jej elementów mogły wywołać u konsumenta uzasadnione przekonanie, że rozmawiał z przedsiębiorcą, z którym wiązała go dotychczasowa umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Co więcej, **zapewnienia o wieloletnim funkcjonowaniu operatora na rynku usług telekomunikacyjnych** mogły doprowadzić konsumenta do przeświadczenia o jego rzetelności oraz utwierdzić go w przekonaniu o słuszności decyzji w przedmiocie związania się ofertą. W związku z powyższym Prezes Urzędu ocenił, że przebieg rozmów telefonicznych prowadzonych przez konsultantów Spółki **nie pozwalał przeciętnemu konsumentowi na zorientowanie się i ustalenie, że proponowana oferta handlowa**

pochodziła od Spółki, czyli innego przedsiębiorcy niż ten, z którego usług dotychczas korzystał konsument.

Ustalenia Prezesa Urzędu w zakresie wprowadzania konsumentów w błąd przez Spółkę poprzez niezgodne z prawdą podawanie się za dotychczasowego dostawcę usług telekomunikacyjnych **potwierdzają skargi konsumentów**, z których treści wynika, że konsumenci zawierający umowę z TDD byli przeświadczeni, iż dokonują czynności prawnej z przedsiębiorcą, z którego usług już korzystają. W oparciu o ww. zgłoszenia Prezes Urzędu ustalił ponadto, że w czasie rozmów telefonicznych z konsumentami **część konsultantów wprost posługiwała się nazwami przedsiębiorców, z którymi konsumenci byli związani umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych** (por. str. 43 decyzji).

Prezes Urzędu ustalił, że rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji było kontynuowane na etapie wizyty osobistej w lokalu konsumenta przez kuriera lub umocowanego przedstawiciela TDD. W trakcie wizyty kurierzy lub umocowani przedstawiciele Spółki podtrzymywali błędne przekonanie konsumenta o tym, że reprezentują jego dotychczasowego dostawcę usług telekomunikacyjnych.

W pewnych przypadkach zarówno konsultanci call center (str. 43 decyzji), jak również kurierzy lub umocowani przedstawiciele Spółki (por. str. 58-59) wprost mówili konsumentom, że reprezentują ich aktualnego dostawcę usług, posługując się nazwą tego dostawcy (np. Orange, Netia). W wyobrażeniu konsumenta podtrzymywanie informacji przekazanych przez konsultanta telefonicznego nie dawało podstaw, aby podejrzewać, że konsument miał do czynienia z pełnomocnikiem innego podmiotu niż jego dotychczasowy operator.

Zdaniem Prezesa Urzędu w ustalonych okolicznościach przeciętny konsument polegał w głównej mierze na informacjach ustnych, które otrzymywał bezpośrednio od osoby przebywającej w jego miejscu zamieszkania. Kierując się treścią otrzymanych w trakcie rozmowy telefonicznej informacji, przeciętny konsument mógł zakładać, że przekazywane mu przez kuriera informacje są prawdziwe. Dla przeciętnego konsumenta wizyta kuriera była potwierdzeniem ustaleń wynikających z rozmowy telefonicznej. Z tego względu był przekonany, że podmiotem, z którym dokonuje czynności prawnej jest jego dotychczasowy dostawca usług telekomunikacyjnych. Identyfikacja prawdziwej tożsamości przedsiębiorcy reprezentowanego przez przedstawiciela była dodatkowo utrudniana na skutek zakrywania przez kurierów tych części umowy, na których widniała nazwa Spółki, (por. uzasadnienie do praktyki, o której mowa w pkt I.1.a decyzji).

W opinii Prezesa Urzędu na podstawie otrzymanych od kuriera lub umocowanego przedstawiciela TDD informacji przeciętny konsument nie był w stanie zorientować się, że osoba składająca mu wizytę była w istocie przedstawicielem innego operatora niż ten, z którym ma zawartą umowę. Dla przeciętnego konsumenta kurier lub przedstawiciel zachowywał się jak osoba reprezentująca jego dotychczasowego dostawcę usług, proponująca mu zmianę treści obowiązującej umowy na lepsze, korzystniejsze warunki niż dotychczasowe.

W świetle powyższego Prezes Urzędu uznał, że działanie Spółki polegające na podawaniu się za dotychczasowego dostawcę usług telekomunikacyjnych mogło wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd.

Ad b) Wpływ na decyzję przeciętnego konsumenta

Podobnie jak w przypadku omawianego powyżej art. 6 ust. 1 upnpr zgodnie z art. 5 ust. 1 upnpr nieuczciwa praktyka rynkowa polegająca na wprowadzającym w błąd działaniu nie musi finalnie prowadzić do dokonania przez przeciętnego konsumenta czynności prawnej. Elementem konstrukcyjnym decyzji konsumenta nie jest objęty sam fakt jej dokonania, czyli w analizowanym przypadku skorzystanie z oferty i zawarcie umowy ze Spółką. Wystarczającą jest potencjalna możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta.

W konsekwencji działań Spółki konsumenci uważali, że kierowana do nich oferta pochodzi od dotychczasowego dostawcy usług telekomunikacyjnych.

Informacja o tożsamości przedsiębiorcy, z którą wiąże się posiadane przez niego dobre imię, a w konsekwencji renoma na rynku usług telekomunikacyjnych (lub *a contrario* jej brak), jest jednym z podstawowych czynników wpływających na podjęcie przez konsumenta decyzji o związaniu się daną umową. Konsument, sądząc, że decyduje się na zmianę warunków umowy lub dokonanie innej czynności z przedsiębiorcą, z którym konsumenta łączy – często wieloletnia – historia stosunków prawnych, działa w oparciu o **zaufanie do tego konkretnego podmiotu - zarówno w zakresie procedur obowiązujących w związku z zawarciem/zmianą warunków umów, jak również poziomu świadczonych usług**. Mając zaufanie do dostawcy usług, przeciętny konsument może wykazywać się mniejszą ostrożnością w wyrażaniu zgody na przedłużenie umowy czy przyjęcie określonych warunków niż w przypadku zawarcia umowy z zupełnie innym podmiotem. Tym samym działania zmierzające do wywołania u konsumenta błędnego przekonania co do tożsamości przedsiębiorcy składającego konsumentowi propozycję zawarcia umowy **mogą powodować przyjęcie przedstawionej mu propozycji zawarcia umowy, której w innych warunkach konsument by nie przyjął lub co najmniej zapoznałby się z jej warunkami w sposób bardziej szczegółowy**.

W związku z powyższym, podobnie jak w przypadku działań TDD, o których mowa powyżej, wywołany przez TDD błąd polegający na przeświadczeniu, że oferta kierowana do konsumenta pochodzi od dotychczasowego dostawcy usług mógł zatem powodować podjęcie przez konsumenta **szeregu decyzji dotyczących umowy, których nie podjąłby, znając prawdziwy obraz sytuacji** - od zainteresowania się przeciętnego konsumenta propozycją Spółki i kontynuowania rozmowy telefonicznej, po wyrażenie zgody na wizytę kuriera w celu dopełnienia formalności niezbędnych do zmiany umowy i podpisanie umowy.

Bez znaczenia pozostaje przy tym okoliczność, czy i w jakim ewentualnie stopniu konsument mógł 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 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 kontaktujący się z nim przedsiębiorca nie jest jego dotychczasowym dostawcą usług telekomunikacyjnych, **nie podjąłby decyzji dotyczącej umowy**. W pismach konsumentów podkreślali, 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 [por. „(...) *Oświadczenie woli nie odpowiada mojej woli, gdyż świadomie nie podjąłabym decyzji o wcześniejszym zerwaniu Umowy u dotychczasowego Operatora, aby naraził się na szkodę finansową, na skutek błędnych informacji Waszego konsultanta, podjęłam niekorzystną decyzję.*” (k.1194, str. 43 decyzji)].

W świetle powyższego Prezes Urzędu uznał, że informacje przekazywane przez Spółkę w rozmowach telefonicznych oraz podczas wizyt kurierów mogły wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd co do jej tożsamości, wpływając zarazem na podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. 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 ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 6 upnpr w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt I.2.a rozstrzygnięcia decyzji

Praktyka, o której mowa w pkt I.2.a niniejszej decyzji, polega na wprowadzającym w błąd nieinformowaniu konsumentów, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych **o okolicznościach złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych poprzez nieujawnianie handlowego celu praktyki** polegającej na zawieraniu przez konsumenta umowy o świadczenie usług z innym dostawcą usług niż ten, z którego usług dotychczas korzysta konsument, co może wiązać się z rozwiązaniem umowy z dotychczasowym dostawcą usług. Sprzeczność z prawem powyższej praktyki Prezes Urzędu wywodzi z naruszenia przez Spółkę art. 6 ust. 1 oraz ust. 3 pkt 2 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

Jak już wskazano, zgodnie z art. 6 ust. 1 upnpr, praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija **istotne informacje** potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Z kolei art. 6 ust. 3 pkt 2 upnpr stanowi, że wprowadzającym w błąd zaniechaniem **może być w szczególności nieujawnienie handlowego celu praktyki**, jeżeli nie wynika on jednoznacznie z okoliczności i jeżeli powoduje to lub może spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

W tym miejscu aktualne pozostają ogólne rozważania dotyczące nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd przez zaniechanie poczynione na tle praktyki, o której mowa w pkt I.1.a niniejszej decyzji (por. str. 77-78 decyzji), dlatego dla jej udowodnienia konieczne będzie wykazanie **zaistnienia dwóch przesłanek: (a) wprowadzenia w błąd i (b) podjęcia lub możliwości podjęcia przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.**

W rozpatrywanej sprawie Prezes Urzędu przeanalizował, czy informacje przekazywane przez konsultantów call-center w trakcie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, a następnie przez kurierów lub umocowanych przedstawicieli Spółki podczas wizyty osobistej w lokalu konsumenta **obejmowały handlowy cel działania Spółki** i czy konsumenci byli w tym zakresie **wprowadzani w błąd**. Ustalenia wymagało również, czy działanie przedstawicieli TDD **powodowało podjęcie przez konsumenta decyzji**, której inaczej by nie podjął.

Ad a) Wprowadzenie w błąd

Informacja o handlowym celu praktyki przedsiębiorcy jest - obok informacji o jego tożsamości - **jedną z kluczowych informacji**, jaka powinna zostać przekazana przez przedsiębiorcę przy pierwszym kontakcie z konsumentem. Przedsiębiorca powinien w sposób jasny i jednoznaczny poinformować konsumenta, **jaki jest powód nawiązania przez niego kontaktu**, tak aby konsument miał możliwość podjęcia świadomej decyzji co do jego

kontynuowania. Przedsiębiorca powinien wyraźnie określić, czy kontaktuje się przykładowo **w celu złożenia propozycji zawarcia umowy czy jedynie zmiany warunków dotychczasowej umowy** lub omówienia kwestii związanych z jej wykonywaniem. W związku z powyższym ww. informację należy uznać za **istotną w rozumieniu art. 6 ust. 1 upnr.**

Niezależnie od powyższego, w zakresie umów na odległość, obowiązek poinformowania konsumenta o handlowym celu praktyki w postaci zawarcia umowy wynika także z odrębnych przepisów prawa, o których mowa w art. 6 ust. 2 upnr. Na gruncie uonpk regulował go art. 6 ust. 2, zgodnie z którym **propozycja zawarcia umowy w postaci oferty**, zaproszenia do składania ofert lub zamówień albo do podjęcia rokowań **powinna jednoznacznie i w sposób zrozumiały informować o zamiarze zawarcia umowy przez tego, kto ją składa**. Z kolei aktualnie obowiązująca ustawa o prawach konsumenta przewiduje, że jeżeli przedsiębiorca kontaktuje się z konsumentem przez telefon w celu zawarcia umowy na odległość, ma **obowiązek na początku rozmowy poinformować konsumenta o tym celu**, a ponadto podać identyfikujące go dane oraz dane identyfikujące osobę, w imieniu której telefonuje (art. 20 ust. 1 upk).

W analizowanej sprawie informacja o rzeczywistym celu praktyki TDD w postaci zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z innym dostawcą usług niż ten, z którego usług dotychczas korzystał konsument była również o tyle istotna, że wynikały z niej **dalsze konsekwencje finansowe dla konsumenta**. Z ustaleń Prezesa Urzędu wynika bowiem, że Spółka składała propozycję zawarcia umowy konsumentom korzystającym już z usług innego operatora (por. str. 38-43). Tym samym zawarcie umowy z TDD często pociągało za sobą **dotychczasowe dodatkowe następstwa finansowe dla konsumenta** albo w postaci konieczności opłacania dwóch abonamentów telefonicznych albo - w przypadku rozwiązania umowy z dotychczasowym dostawcą usług - w postaci obowiązku zwrotu ulgi, o której mowa w art. 57 ust. 6 ustawy z dnia z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. z 2021 r. poz. 576, dalej jako: „Pt”). Tymczasem analiza zarówno treści rozmów telefonicznych, jak również skarg i sygnałów konsumentów oraz pism rzeczników konsumentów wykazała, że przedstawiciele TDD ani podczas rozmów telefonicznych, ani w trakcie osobistych wizyt u konsumentów **nie informowali ich o rzeczywistym celu swojego działania w postaci zawarcia umowy z innym dostawcą usług niż ten, z którego usług dotychczas korzystał konsument**. W konsekwencji konsumenci nie byli także informowani o ewentualnych konsekwencjach finansowych wynikających z konieczności rozwiązania umowy z dotychczasowym operatorem lub opłacania dwóch abonamentów telefonicznych. Pominięcie przez TDD ww. informacji skutkowało powstawaniem u konsumentów **mylnego wyobrażenia o okolicznościach składania im propozycji zawarcia umowy, a co za tym idzie o rzeczywistym celu działania Spółki**.

W ocenie Prezesa Urzędu sposób prowadzenia rozmowy telefonicznej oraz stosowana przez konsultanta siatka pojęciowa odwołująca się do obowiązujących stosunków umownych („obniżka rachunku”, „przedłużenie umowy”) mogły wywołać u przeciętnego konsumenta uzasadnione przekonanie, że TDD kontaktuje się z nim nie w celu zawarcia nowej umowy z innym dostawcą usług, **lecz w celu dokonania zmian obowiązującej go umowy lub w kwestiach związanych z jej wykonywaniem**. Jedną z pierwszych informacji, jaką przekazywali konsultanci podczas rozmów telefonicznych było wskazanie, że dotychczasowe opłaty abonamentowe konsumentów **zostaną obniżone do określonej kwoty**. Ww. informacja przybierała formę stwierdzenia, a nie oferty czy pytania kierowanego do potencjalnego klienta (por. str. 33-35).

W ocenie przeciętnego konsumenta tego rodzaju propozycję złożyć może jedynie aktualny kontrahent konsumenta. Jego konkurent może co najwyżej zaproponować konsumentowi

niższe opłaty czy zawarcie umowy, nie ma natomiast możliwości „obniżenia” aktualnie opłacanego przez konsumenta abonamentu czy „przedłużenia” umowy. Jednocześnie przedmiotowa „obniżka” opłaty była niekiedy przedstawiana jako nagroda czy bonus za wieloletnią współpracę, co dodatkowo wzmacniało przekonanie konsumentów, że mają do czynienia z ich dotychczasowym dostawcą usług (por. „kilka dni wcześniej przed podpisaniem umowy zadzwonił mężczyzna powiadamiając mnie, że z tytułu długotrwałego korzystania z usług tego samego operatora przyznano mi obniżkę opłaty abonamentowej (...)” (k. 808, str. 45 decyzji).

Uwzględniając ponadto, że rabat 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. Przeciętny konsument spodziewa się, że przedsiębiorcy telekomunikacyjni zabiegają nie tylko o nowych klientów, ale również o utrzymanie dotychczasowych, m.in. poprzez niższą, bardziej atrakcyjną dla abonenta cenę świadczonych usług. Z tej przyczyny informacja o obniżeniu abonamentu przez dotychczasowego dostawcę usług jest dla przeciętnego konsumenta wiarygodna.

Jednocześnie należy pamiętać, iż uwaga przeciętnego konsumenta koncentrowała się na korzyściach, jakie mógł uzyskać („obniżka”, „najlepsza oferta”, „darmowe minuty”), jeżeli skorzysta z przedstawionej mu propozycji. Wysokość opłaty jest bowiem jednym z ważniejszych, a dla wielu najbardziej istotnym czynnikiem w wyborze każdego produktu (usługi) (por. uzasadnienie do praktyki, o której mowa w pkt I.2.b decyzji).

Jak ustalił Prezes Urzędu, po przekazaniu informacji o obniżce rachunku za usługi telekomunikacyjne konsultant od razu przechodził do kolejnego etapu rozmowy, nie dając konsumentowi czasu na przetworzenie otrzymanych informacji. Na tym etapie konsultant potwierdzał dane osobowe konsumenta oraz nazwę jego dostawcy usług telekomunikacyjnych (por. str. 35-37 decyzji), co uzasadniało przekonanie konsumenta o tym, że TDD ww. dane posiadała i w rezultacie powodowało u niego wprowadzenie w błąd co do tożsamości podmiotu, z jakim rozmawiał (por. uzasadnienie do praktyki, o której mowa w pkt I.1.b decyzji). Tym samym konsument nabierał jeszcze większego przekonania, iż istotą kontaktu telefonicznego jest zmiana dotychczasowych warunków umownych.

Podobnie jak w przypadku pytań o tożsamość przedsiębiorcy, tak i w tym przypadku konsultanci nie udzielali jasnych odpowiedzi na wątpliwości konsumentów dotyczące ewentualnych konsekwencji związanych z podpisaniem umowy z TDD. Odpowiadali schematycznie, nie wskazując konsumentom rzeczywistego handlowego celu praktyki (por. str. 38-43 decyzji).

Również podczas osobistych wizyt u konsumentów kurierzy lub umocowani przedstawiciele TDD pomijali przedstawienie konsumentom handlowego celu praktyki Spółki, powołując się zazwyczaj na wcześniejsze ustalenia telefoniczne między stronami. W ten sposób utwierdzali konsumentów w wytworzonym już wcześniej mylnym przekonaniu, że dokonywana przez nich czynność prawna wiąże się z uprzednio zawartą umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Jednocześnie nie wyprowadzali ich z błędu i nie wskazywali, że - podpisując przedłożone przez nich dokumenty - w rzeczywistości zawierają nową umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z zupełnie innym operatorem (por. str. 60 decyzji).

Mając na uwadze powyższe, działania Spółki należało uznać za wprowadzające w błąd.

Ad b) Wpływ na decyzję przeciętnego konsumenta

Wskutek zaniechania, o którym mowa powyżej konsumenci **uzyskiwali mylne przekonanie na temat handlowego celu praktyki Spółki**. Konsumenci nie byli świadomi, że przedstawiciele TDD kontaktują się z nimi po to by zawrzeć umowę z podmiotem odmiennym od ich dotychczasowego dostawcy usług.

W analizowanym stanie faktycznym na skutek zaniechania Spółki mającego miejsce już na etapie rozmowy telefonicznej konsument mógł w pierwszej kolejności podjąć decyzję w przedmiocie w ogóle kontynuowania rozmowy z TDD. Tymczasem, gdyby od razu uzyskał informację o handlowym celu praktyki Spółki, a co za tym idzie uświadomił sobie, że zawarcie umowy z TDD mogło skutkować rozwiązaniem umowy z dotychczasowym dostawcą usług i wynikającymi z tego konsekwencjami finansowymi, mógłby nie wyrazić zgody na przedstawienie oferty i przerwać rozmowę z TDD. Wiedza co do handlowego celu praktyki Spółki mogłaby w dalszej kolejności skutkować podjęciem **decyzji o niezawieraniu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z TDD**.

W pismach kierowanych do Prezesa Urzędu konsumenci wprost wskazywali, że gdyby mieli świadomość, że Spółka kontaktowała się z nimi z zamiarem przedstawienia im oferty innego przedsiębiorcy niż ten, z którym byli związani umową, nie byłiby zainteresowani zawarciem umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Obrazują to następujące cytaty z pism konsumentów [por. „(...) *nigdy świadomie nie podpisałabym umowy z innym operatorem bez uprzedniego rozwiązania umowy z poprzednim operatorem ponieważ oczywistym jest, że płaciłabym podwójny abonament.* (k. 1110-1111, str. 67 decyzji).

Co więcej konsumenci, którzy zostali wprowadzeni w błąd co do handlowego celu praktyki Spółki i pod wpływem tego błędu podejmowali decyzję o zawarciu umowy z TDD, **mogli w dalszej kolejności podjąć niekorzystne decyzje finansowe**, których - podobnie jak wspomnianej już decyzji w przedmiocie zawarcia umowy - również by nie podjęli, gdyby od początku znali rzeczywisty powód działania Spółki. W szczególności konsumenci mogli zdecydować się na **rozwiązanie umowy z dotychczasowym dostawcą usług telekomunikacyjnych, aby uniknąć konieczności opłacania dwóch abonamentów**. W takiej sytuacji często ciążyłby jednak na nich **obowiązek zwrotu ulgi, jakiej dostawca usług udzielił im przy zawieraniu umowy** (art. 57 ust. 6 Prawa telekomunikacyjnego). Gdyby zaś nie wypowiedzieli umowy z dotychczasowym operatorem to i tak naraziliby się na niekorzystne konsekwencje finansowe w postaci konieczności **uiszczania dwóch abonamentów telefonicznych**. Tymczasem posiadanie od początku wiedzy co do celu handlowego praktyki Spółki pozwoliłoby przeciętnemu konsumentowi uniknąć tych negatywnych konsekwencji finansowych. Mając świadomość co do rzeczywistych intencji TDD, konsumenci nie podjęliby decyzji niekorzystnej dla ich sytuacji osobistej i finansowej.

W świetle powyższego Prezes Urzędu uznał, że zaniechanie Spółki polegające na nieujawnianiu handlowego celu praktyki w postaci zawarcia umowy z innym dostawcą usług niż ten, z którego usług konsument korzysta mogło wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd co do okoliczności złożenia mu propozycji zawarcia umowy, wpływając **zarazem na podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął**. Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że opisane działania Spółki spełniają przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 6 ust. 1, ust. 3 pkt 2 upnpr w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt I.2.b rozstrzygnięcia decyzji

Praktyka, o której mowa w pkt I.2.b decyzji polega na wprowadzającym w błąd informowaniu konsumentów, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, o okolicznościach złożenia konsumentowi

propozycji zawarcia umowy **poprzez niezgodne z prawdą twierdzenia osób reprezentujących przedsiębiorcę co do:**

- możliwości uzyskania przez konsumenta szczególnej korzyści cenowej,
- konieczności podpisania przez konsumenta doręczanych mu dokumentów z uwagi na zmianę sytuacji prawnej lub faktycznej dotychczasowego dostawcy usług oraz
- konieczności uzupełnienia przez konsumenta dokumentacji abonenckiej.

Sprzecznosc z prawem powyższej praktyki Prezes Urzędu wywodzi z naruszenia przez Spółkę art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 5 i 6 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

Stosownie do przywoływanego już wcześniej art. 5 ust. 1 upnpr 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. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji (art. 5 ust. 2 pkt 1 upnpr). Z kolei **art. 5 ust. 3 pkt 5 i 6 upnpr** stanowią, że wprowadzające w błąd działanie może w szczególności dotyczyć ceny, sposobu obliczania ceny lub istnienia **szczególnej korzyści cenowej**, jak również rodzaju sprzedaży, **powodów stosowania przez przedsiębiorcę praktyki rynkowej**, oświadczeń i symboli dotyczących bezpośredniego lub pośredniego sponsorowania, **informacji dotyczących sytuacji gospodarczej lub prawnej przedsiębiorcy** lub jego przedstawiciela, w tym jego imienia i nazwiska (nazwy) i majątku, kwalifikacji, statusu, posiadanych zezwoleń, członkostwa lub powiązań oraz praw własności przemysłowej i intelektualnej lub nagród i wyróżnień.

W tym miejscu aktualne pozostają rozważania dotyczące nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd przez działanie poczynione na tle praktyki, o której mowa w pkt I.1.b niniejszej decyzji (por. str. 81-82 decyzji), dlatego dla jej udowodnienia konieczne będzie wykazanie **zaistnienia dwóch przesłanek: (a) wprowadzenia w błąd i (b) podjęcia** lub możliwości podjęcia przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

W rozpatrywanej sprawie Prezes Urzędu przeanalizował, czy informacje przekazywane przez przedstawicieli TDD dotyczące możliwości uzyskania przez konsumenta szczególnej korzyści cenowej, zmiany prawnej lub faktycznej dotychczasowego dostawcy oraz wymogu uzupełnienia dokumentacji abonenckiej **były niezgodne z prawdą** i w konsekwencji **wprowadzały konsumentów błąd** w ww. zakresie. Ustalenia wymagało również, czy działanie TDD **powodowało lub mogło powodować podjęcie** przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Ad a) Wprowadzenie w błąd

Prezes Urzędu ustalił, iż podczas telefonicznych rozmów sprzedażowych konsultanci zwracali uwagę konsumentów na **szczególną korzyść cenową** (pot. str. 45-46 decyzji), jaką mogą oni uzyskać, zawierając umowę z TDD. Konsultanci informowali konsumentów, że będą płacić za usługę telefonii stacjonarnej **mniej niż dotychczas**. W rozmowach telefonicznych konsultanci zapewniali konsumentów o **obniżce opłat za usługi telekomunikacyjne**, oferowali im **darmowe minuty** [por. „*Pani zapewniała, że tak i ma dla mnie ofertę związaną z przedłużeniem umowy, darmowymi minutami oraz obniżką abonamentu z uwagi na długi staż w firmie Orange.*” (k. 9133, str. 44 decyzji), „*zadzwoił do mnie pan, który przedstawił się jako przedstawiciel firmy ORANGE (...) i zaproponował mi pakiet darmowych minut.*” (k. 1378)] czy też **darmowy telefon stacjonarny** [„*a dodatkowo Państwo otrzymają zupełnie*
za darmo nowy telefon stacjonarny”

([*****]). Informacje te były przekazywane przez konsultantów w taki sposób, iż przeciętny konsument mógł mieć wrażenie, że zmniejszenie jego opłat za usługi telekomunikacyjnych jest gwarantowane przez Spółkę. Zapewnienia konsultantów przyjmowały formę sprawdzonej informacji a nie propozycji marketingowej [por. np. „Dzwonię do Pani, ponieważ od kolejnego miesiąca rozliczeniowego abonament na telefon stacjonarny zostanie obniżony do kwoty 25 zł brutto.” ([*****]); ustalenia na str. 27-28 decyzji oraz uwagi Prezesa Urzędu na str. 88). Dodatkowo prezentowana cena abonamentu telefonicznego miała być najniższą na rynku [por. „nasz abonament jest najniższy teraz na rynku”, „25 zł proszę Pana. Jest najniższy abonament” ([*****])].

Uzasadniając atrakcyjność oferty, część konsultantów TDD odwoływała się do **wieloletniego stażu** abonenckiego konsumentów (por. str. 44-45 decyzji). Ponadto w czasie rozmów telefonicznych konsultanci często odwoływali się do opłat **dotychczasowo uiszczanych przez konsumentów** oraz stopnia korzystania z usług stacjonarnych, podczas gdy w rzeczywistości **nie mieli wiedzy w tym zakresie**. Jednocześnie, wspominając o korzyściach płynących ze skorzystania z obniżki, konsultanci nie wskazywali na konsekwencje, jakie mogły wiązać się z zawarciem nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (o których wiedzieli z uwagi na to, że dzwonili do konsumentów korzystających już z usług stacjonarnych).

Tymczasem, jak wynika ze zgłoszeń konsumentów zawarcie umowy z TDD skutkowało nie tylko **brakiem obniżenia dotychczasowych opłat** (por. str. 46-47) za usługi telekomunikacyjne (czego Spółka, która nie była dotychczasowym dostawcą, nie mogła zrobić, por. str. 88), ale też **zwiększeniem kosztów ponoszonych z tego tytułu przez konsumentów**. Na skutek działania przedstawicieli TDD konsumenci nie mieli świadomości, że oprócz opłat naliczanych przez TDD **będą oni zobowiązani do poniesienia kosztów w związku ze zmianą dostawcy usług** (zwrot ulgi na skutek rozwiązania umowy z dotychczasowym dostawcą usług lub konieczność opłacania abonamentu zarówno u dotychczasowego jak i nowego dostawcy usług). **Ww. informacje nie były im przekazywane przez przedstawicieli TDD nawet w wyniku bezpośrednich pytań w tym zakresie**. Wówczas konsultanci udzielali zdawkowych oraz niezrozumiałych dla konsumentów informacji (por. str. 38-42 decyzji). W ocenie Prezesa Urzędu ww. działania konsultantów mogły zatem wywoływać u przeciętnego konsumenta przekonanie o tym, że zaproponowana mu oferta wpłynie korzystnie na jego sytuację finansową i jest atrakcyjnym rozwiązaniem dla jego budżetu.

Do **wprowadzania w błąd konsumentów** w zakresie możliwości uzyskania szczególnej korzyści cenowej dochodziło także na etapie dostarczania konsumentom dokumentów przez przedstawicieli TDD. Jak ustalił Prezes Urzędu, kurierzy lub umocowani przedstawiciele TDD informowali konsumentów, że przyjechali podpisać z nimi umowę lub aneks do umowy, dzięki którym wysokość dotychczasowego abonamentu zostanie obniżona. Jednocześnie nie podawali w tym zakresie żadnych szczegółów i nie uprzedzali o konsekwencjach finansowych związanych z zawarciem nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (por. str. 60-61 decyzji).

Szczególna korzyść cenowa była najczęściej przywoływaną przez konsultantów, kurierów lub umocowanych przedstawicieli TDD okolicznością, która miała zachęcić konsumentów do wyrażenia zgody na ofertę Spółki. Na podstawie treści sygnałów konsumentów Prezes Urzędu ustalił jednocześnie, że w przypadku części konsumentów jako powód kontaktu Spółki

z konsumentem wskazywano zmianę sytuacji prawnej (np. likwidacja przedsiębiorcy), faktycznej (np. likwidacja dotychczasowej taryfy, wejście w życie nowego cennika) lub konieczność uzupełnienia dokumentacji abonenckiej (np. powtórne podpisanie umowy na skutek sporządzenia jej na starych, nieaktualnych drukach). Podobnie jak w przypadku szczególnej korzyści cenowej ww. informacje okazywały się nieprawdziwe (por. str. 48-49 oraz 60-61 decyzji).

Mając na uwadze powyższe, działania Spółki w powyżej opisanym zakresie należy uznać za wprowadzające w błąd.

Ad b) Wpływ na decyzję przeciętnego konsumenta

W konsekwencji opisanych wyżej działań konsumenci uzyskiwali **mylne wyobrażenie w zakresie korzyści płynącej z zawarcia z TDD umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz powodów**, dla jakich mieli oni zawierać umowę z TDD.

Zapewniani o korzyściach konsumenci mogli podejmować decyzje, których nie podjęliby, mając świadomość w zakresie rzeczywistych warunków oferowanej im umowy i konsekwencji jej zawarcia. Słyszając o **szczególnej korzyści cenowej** już na początku kontaktu telefonicznego, konsumenci **mogli być bardziej przychylni do wysłuchania oferty przedstawianej przez TDD**. Zapewnieni o atrakcyjności propozycji składanych przez konsultantów konsumenci mogli następnie **wyrazić zgodę na wizytę osobistą kuriera lub umocowanego przedstawiciela TDD oraz finalnie podpisać dostarczaną im umowę**. Jak wspomniano na str. 89 decyzji, to właśnie wysokość opłat, jaką konsumenci muszą opłacać jest jednym z ważniejszych, a dla wielu najbardziej istotnym czynnikiem w wyborze każdego produktu (usługi). W tym miejscu należy także przypomnieć, iż główną grupą odbiorców, do których TDD kierowało propozycję zawarcia umowy byli ludzie starsi, dla których kwestie finansowe należy uznać za szczególnie istotne (por. str. 8-9 oraz 75 decyzji).

Podobne reakcje wśród konsumentów mogły wywoływać niezgodne z prawdą zapewnienia Spółki o **zmianie okoliczności faktycznych lub prawnych**. Okoliczności te mogły powodować u konsumentów przekonanie, iż podpisanie dokumentacji dostarczanej przez TDD jest nie tylko korzystne, ale przede wszystkim **niezbędne** do tego, aby mogli oni dalej korzystać z usług telefonu stacjonarnego, który stanowi często jedyny środek komunikacji wśród osób starszych. W konsekwencji konsumenci **mogli być skłonni nie tylko do wysłuchania propozycji przedstawianych podczas telefonicznej rozmowy sprzedażowej, ale też do wyrażenia zgody na wizytę kuriera i podpisanie umowy z TDD**. Z kolei konsumenci, których zapewniano o **wymogu uzupełnienia dokumentacji z dotychczasowym dostawcą usług mogli wcale nie mieć świadomości, iż podpisując dokumenty, zawierają oni jakkolwiek umowę** (niezależnie od jej strony - dotychczasowego czy nowego dostawcy usług).

W świetle powyższego Prezes Urzędu uznał, że działanie Spółki polegające na **niezgodnym z prawdą twierdzeniu osób reprezentujących przedsiębiorcę co do**: możliwości uzyskania przez konsumenta szczególnej korzyści cenowej, konieczności podpisania przez konsumenta doręczanych mu dokumentów z uwagi na zmianę sytuacji prawnej lub faktycznej dotychczasowego dostawcy usług oraz konieczności uzupełnienia przez konsumenta dokumentacji abonenckiej **mogły wprowadzać konsumentów w błąd co do powodów zawarcia umowy z TDD oraz korzyści płynących z powyższego, wpływając zarazem na podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął**.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że opisane działania Spółki spełniają przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1, ust. 2 pkt 1 oraz ust. 3 pkt 5 i 6 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

Sprzecznność z prawem praktyki określonej w pkt I.3 rozstrzygnięcia decyzji

Praktyka określona w pkt I.3 polega na wprowadzającym w błąd **nieinformowaniu konsumentów**, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, **o wysokości opłat abonamentowych poprzez nieprzekazywanie konsumentom informacji**, że podawana w trakcie składania propozycji zawarcia umowy obniżona kwota abonamentu obowiązuje jedynie przez pierwsze dwa okresy rozliczeniowe, a nie przez cały czas trwania umowy zawartej na warunkach promocyjnych, oraz **poprzez niezamieszczanie w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych wysokości opłat miesięcznych**, które konsument zobowiązany jest ponosić na podstawie zawartej umowy.

Sprzecznność z prawem opisanej praktyki wynika z naruszenia art. 6 ust. 1, ust. 3 pkt 1 oraz ust. 4 pkt 3 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr. Zgodnie z art. 6 ust. 1 upnpr za praktykę rynkową uznaje się zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności **zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu** (art. 6 ust. 3 pkt 1 upnpr). Zgodnie z art. 6 ust. 4 pkt 3 upnpr, **w przypadku propozycji nabycia produktu**, za istotne informacje, o których mowa w ust. 1, uznaje się w szczególności **cenę uwzględniającą podatki**.

W tym miejscu aktualne pozostają rozważania dotyczące nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd przez zaniechanie poczynione na tle praktyki, o której mowa w pkt I.1.a niniejszej decyzji (por. str. 77-78 decyzji), dlatego dla jej udowodnienia konieczne będzie wykazanie **zaistnienia dwóch przesłanek: (a) wprowadzenia w błąd i (b) podjęcia lub możliwości podjęcia przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął**.

W rozpatrywanej sprawie Prezes Urzędu przeanalizował, czy **informacje** przekazywane przez osoby podejmujące czynności na rzecz Spółki (m.in. kurierzy, konsultanci call-center) **obejmowały kwotę abonamentu obowiązującą w czasie trwania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez TDD (tj. zarówno w okresie promocyjnym obejmującym pierwsze okresy rozliczeniowe, jak i po tym okresie - w pozostałym czasie obowiązywania umowy)**. Dodatkowo Prezes Urzędu ustalił, czy **informacja o wysokości opłat** miesięcznych była uwzględniana przez Spółkę **w umowie** (czy się znajdowała w treści umowy głównej). Ustalenia wymagało również, czy konsumenci byli **wprowadzani w błąd** w powyższym zakresie oraz czy działanie przedstawicieli TDD **powodowało lub mogło powodować** podjęcie przez konsumentów decyzji, której inaczej by nie podjęli.

Ad a) Wprowadzenie w błąd

Na gruncie przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny obowiązujących do dnia 24 grudnia 2014 r. ten, kto zawierał z konsumentem umowę poza lokalem przedsiębiorstwa obowiązany był wręczyć mu pisemne potwierdzenie jej zawarcia stwierdzające **m.in. cenę** (art. 3 ust. 1 uonpk). Z kolei przedsiębiorca zawierający

z konsumentem umowę na odległość powinien być poinformować go, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy o **cenie lub wynagrodzeniu obejmujących wszystkie ich składniki**, a w szczególności cła i podatki oraz zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia (art. 9 ust. 1 pkt 4, 5 uonpk). Powyższe informacje miały być sformułowane jednoznacznie, w sposób **zrozumiały i łatwy do odczytania** (ust. 2 uonpk). Ponadto na przedsiębiorcy ciążył obowiązek **potwierdzenia ww. informacji na piśmie** najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia (ust. 3 uonpk).

Od 25 grudnia 2014 r. obowiązek przekazywania konsumentom kompletnych informacji o cenie usługi w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy w trybie poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość wynika również z dyspozycji **art. 12 ust. 1 pkt 5 upk**.

Art. 12 ust. 1 pkt 5 upk stanowi, że najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób **jasny i zrozumiały o łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie** wraz z podatkami, a gdy charakter przedmiotu świadczenia nie pozwala, rozsądnie oceniając, na wcześniejsze obliczenie ich wysokości - o sposobie, w jaki będą one obliczane, a także opłatach za transport, dostarczenie, usługi pocztowe oraz innych kosztach, a gdy nie można ustalić wysokości tych opłat – o obowiązku ich uiszczenia.

Zgodnie z ustawą o prawach konsumenta informacja o cenie powinna ponadto zostać przekazana konsumentowi na **trwałym nośniku** zarówno w przypadku zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa (por. art. 14 ust. 1 upk), jak też na odległość (por. art. 21 ust. 1 upk oraz art. 20 ust. 2 upk).

Wyjaśnienia wymaga, że obowiązek jasności i zrozumiałości dotyczy zarówno **formy sporządzenia umowy** (sposobu przekazania informacji), jak i **samej treści przekazu**. Weryfikacja spełnienia tych przesłanek powinna uwzględniać czytelność, kodowanie, umiejscowienie trudne do ustalenia, wielkość i np. pogrubienie czcionki, techniczne możliwości zapoznania się z informacją, biorąc pod uwagę np. oświetlenie, hałas¹³.

Niezależnie od powyższego, jak wskazano powyżej w **przypadku propozycji nabycia produktu**, cenę uwzględniającą podatki należy uznać za istotną na podstawie art. 6 ust. 4 pkt 3 upnpr.

Wyżej opisano jak istotnym elementem zobowiązaniowym jest cena. W relacjach z konsumentami ważne jest zatem, aby informacja o jej wysokości była **przekazana rzetelnie**. Rozumieć przez to należy przede wszystkim łatwość jej ustalenia. Cena powinna być wskazana wyraźnie w dokumencie głównym, tj. w **umowie abonenckiej**. Za niespełniające wymogu jasności i zrozumiałości należy uznać odesłanie konsumenta do załączników do umowy w celu ustalenia ceny za świadczenie główne.

Złożeniu konsumentowi przez przedsiębiorcę propozycji zawarcia umowy powinno towarzyszyć przekazanie mu rzetelnych informacji co do jej warunków – świadczonej usługi, jej ceny, czasu obowiązywania umowy. Przekazywana konsumentowi informacja w tym przedmiocie powinna być **kompletna, tj. obejmować cały okres zobowiązania, a zatem również informacje o ewentualnym wzroście ceny po upływie części okresu**, na jaki

¹³ D. Lubasz, M. Namysłowska, *Ustawa o prawach konsumenta. Komentarz.*, s.140, wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2015.

umowa została zawarta. Konsument powinien mieć również możliwość weryfikacji wysokości opłat abonamentowych w oparciu o treść przekazanej mu umowy.

Jak wskazano powyżej, w toku postępowania ustalono, że Spółka zawierała z konsumentami m.in. umowy, których warunki przewidują wzrost wysokości opłaty abonamentowej po dwóch okresach rozliczeniowych. Ww. informacja nie była jednak przekazywana konsumentom. Wprowadzenie w błąd polegające na nieinformowaniu konsumentów o wzroście opłaty abonamentowej miało miejsce **już na etapie rozmowy telefonicznej**. Przedstawiając ofertę, konsultanci telefoniczni postugiwali się konkretną kwotą. Nie wspominali oni jednak, iż podawana przez nich kwota abonamentu **będzie obowiązywać jedynie przez pierwsze dwa okresy rozliczeniowe** [por. str. 47-48 decyzji; „(...) nowa umowa będzie dla mnie korzystna, ponieważ zmniejszy mój abonament do 18 złotych, a w abonamencie będę miała 100 minut do wykorzystania, co mnie jako osobie starszej pozwoli na oszczędności. Nie zostałam jednak poinformowana o tym, że taki abonament obowiązuje jedynie przez dwa miesiące, po czym kwota ta ulega zwiększeniu do 36,65 PLN brutto” (k. 11561, str. 49 decyzji)].

Informacji o podwyższeniu opłat po upływie pierwszych miesięcy nie przekazywano także podczas osobistych wizyt w domu konsumenta (por. str. 62 decyzji).

Pełna informacja na temat wysokości opłat, jakie konsument był zobowiązany uiszczać, wyrażając zgodę na proponowaną ofertę, nie była również łatwo dostępna w dokumentacji przekazywanej przez TDD. Spółka umieściła bowiem tak istotną informację jak wysokość opłaty abonamentowej **dopiero w cenniku promocyjnym, tj. załączniku do umowy (por. str. 10 decyzji)**. Informacja ta nie została zatem przekazana konsumentom w treści umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (rozumianej jako umowa główna). Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych - jako podstawowy dokument określający prawa i obowiązki jej stron - w tym konsumenta powinna obejmować fundamentalny element określający stosunek przedsiębiorcy z klientem, jakim jest cena za świadczone usługi. Spółka, poprzez odesłanie do załącznika umowy abonenckiej w zakresie przedmiotowego *essentialia negotii*, **nie spełniała wymogu jasności oraz zrozumiałości**. Takie zachowanie TDD zmuszało konsumenta do podjęcia dodatkowych czynności w celu ustalenia obowiązującej go ceny, takich jak przeanalizowanie umowy głównej, w wyniku czego konsument i tak nie uzyska przedmiotowej informacji. Z tego dokumentu mógł dowiedzieć się jedynie, że miał mieć świadczone usługi na warunkach określonych w innym miejscu, tj. w cenniku promocyjnym (por. str. 11 decyzji). Zakładając, że go otrzymał (por. ustalenia dotyczące nieprawidłowości w przekazywaniu dokumentacji umownej), dopiero po przeanalizowaniu postanowień cennika promocyjnego uzyskiwał informację o obowiązującej go cenie. Zdaniem Prezesa Urzędu za prawidłowe należałoby uznać powtórzenie informacji o cenie w innych dokumentach określających stosunek zobowiązaniowy, niemniej **nie było wystarczające umieszczenie wysokości opłaty jedynie w cenniku promocyjnym**.

W tym kontekście należy podkreślić, że cennik promocyjny jest **jednym z kilku dokumentów**, które powinny być przekazywane konsumentowi przy zawieraniu umowy. Przeciętny konsument może zatem szukać właściwej opłaty miesięcznej wśród innych dokumentów, w szczególności w umowie głównej, cenniku podstawowym. Z kolei w cenniku promocyjnym opłata miesięczna znajduje się wśród wielu innych danych. Dokument ten składa się z 6 stron wypełnionych licznymi informacjami, często małą czcionką, można zatem stwierdzić, że dla przeciętnego konsumenta, w szczególności dla osób starszych, odnalezienie właściwej informacji o cenie za usługi telekomunikacyjne jest utrudnione.

W ocenie Prezesa Urzędu przedstawienie informacji o zmianie opłat w ww. sposób nie spełnia wymogu jasności. Informacja ta nie jest zatem łatwo dostępna do odczytania.

Mając powyższe na uwadze, zaniechanie Spółki w powyższym zakresie należało uznać za wprowadzające w błąd.

Ad b) Wpływ na decyzję przeciętnego konsumenta

W skutek braku przekazania konsumentom informacji na temat zmiany wysokości opłat na etapie przedstawienia im oferty oraz w treści umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych konsumenci uzyskiwali **mylne wyobrażenie o kwocie abonamentu za usługi telekomunikacyjne świadczone przez Spółkę.**

Jak natomiast zostało wskazane powyżej, wysokość opłat, jakie konsument jest zobowiązany uiszczać jest **jednym z ważniejszych, a dla wielu najbardziej istotnym czynnikiem w wyborze każdego produktu (usługi). Cena jest bowiem środkiem, który w najprostszy i najszybszy sposób oddziałuje na decyzje gospodarcze konsumentów. Jest ona elementem najczęściej wykorzystywanym przez przedsiębiorców jako swoisty magnes w walce rynkowej o klientów¹⁴.** Również przy świadczeniu usług telekomunikacyjnych, a w przypadku sieci stacjonarnej w szczególności (ze względu na dużą liczbę starszych użytkowników końcowych) aspekt finansowy należy do relewantnych czynników **wpływających na decyzję konsumenta.** Przeciętny odbiorca takich usług ma na względzie wysokość opłaty abonamentowej i dąży do tego, aby była ona na jak **najniższym poziomie.** Należy zauważyć, że dla przeciętnego konsumenta znaczenie ma nie tylko cena abonamentu, jaką będzie on płacił w początkowym okresie obowiązywania kontraktu. W sytuacji, gdy konsument decyduje się na zawarcie umowy na czas określony, istotna dla niego będzie **łączna suma opłat, jaką musi uiścić przedsiębiorcy z tego tytułu.** Aby ją uzyskać konsument musi mieć dostęp do wszelkich informacji na temat opłat, jakie ma uiszczać dostawcy usług. Tylko dysponując taką wiedzą, konsument może bowiem faktycznie porównać ofertę danego przedsiębiorcy z innymi dostępnymi na rynku i podjąć świadomą decyzję w tym zakresie.

Zdaniem Prezesa Urzędu w przedmiotowym stanie faktycznym przeciętny konsument mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której by nie podjął, gdyby w chwili składania mu propozycji zawarcia umowy uzyskał od przedstawicieli Spółki informację, że w razie zawarcia proponowanej umowy opłaty za abonament w promocyjnej wysokości wskazywanej w trakcie składania ofert obowiązywały będą wyłącznie przez pierwsze dwa okresy rozliczeniowe, zaś w pozostałym okresie trwania umowy opłaty te będą wyższe. Podobnie, mając łatwy dostęp do czytelnej i jasnej informacji na temat opłat (poprzez jej bezpośrednie umieszczenie w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych, a nie w załączniku do niej), konsument mógłby nie zawrzeć ze Spółką umowy na warunkach mniej korzystnych niż wynikałoby to z informacji przekazanych przez konsultantów call-center, kurierów lub umocowanych przedstawicieli Spółki.

Należy zauważyć, że w chwili otrzymania propozycji zawarcia umowy przeciętny konsument nie był w stanie stwierdzić, że przedstawiciel Spółki **pomija podstawowe informacje o prezentowanej usłudze.** W konsekwencji konsument nie był świadom, że realne koszty korzystania z usług Spółki odbiegają od warunków zaproponowanych przez przedstawiciela Spółki, o czym konsument mógł się przekonać dopiero po szczegółowym zapoznaniu się

¹⁴ M. Sieradzka, *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, str. 159, wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2008.

z cennikiem promocyjnym (abstrahując od tego, że konsumenci nie zawsze otrzymywali pełną dokumentację umowną - por. uzasadnienie do praktyki, o której mowa w pkt III decyzji) lub po otrzymaniu faktury z wyższymi opłatami po upływie pierwszych dwóch okresów rozliczeniowych, a więc po upływie 10 lub 14-dniowego okresu na odstąpienie¹⁵.

Nie mając pełnej wiedzy o wysokości opłat wynikających z oferty TDD, konsumenci mogli zatem podjąć szereg działań, na które nie zdecydowaliby się, gdyby byli świadomi rzeczywistych warunków proponowanych przez Spółkę - takich jak wysłuchanie oferty składanej przez konsultanta w czasie telefonicznej rozmowy sprzedażowej, wstępne wyrażanie woli jej zawarcia i zgoda na wizytę kuriera. W następstwie nieudzielenia pełnej informacji konsumenci mogli zawrzeć umowę z TDD, a w konsekwencji ponieść opłaty (wyższe niż uzgodnione) wynikające z umowy. Nie ma przy tym znaczenia, czy konsumenci mogli następnie zweryfikować ofertę Spółki w inny sposób, na przykład zapoznając się z cennikiem promocyjnym. **Decydujące znaczenie ma odbiór przez przeciętnego konsumenta przekazu Spółki w chwili zapoznania się z nim, a zatem w trakcie otrzymania propozycji zawarcia umowy ze Spółką.**

W świetle powyższego Prezes Urzędu uznał, że zaniechanie Spółki polegające na **nieinformowaniu konsumentów**, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, **o wysokości opłat abonamentowych poprzez nieprzekazywanie konsumentom informacji**, że podawana w trakcie składania propozycji zawarcia umowy obniżona kwota abonamentu obowiązuje jedynie przez pierwsze dwa okresy rozliczeniowe, a nie przez cały czas trwania umowy zawartej na warunkach promocyjnych oraz **niezamieszczaniu w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych wysokości opłat miesięcznych**, które konsument zobowiązany jest ponieść na podstawie zawartej umowy mogły wprowadzać konsumentów w błąd, wpływając zarazem na **podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął**. Mając powyższe na uwadze, Prezes Urzędu ocenił, że powyżej opisane zaniechania Spółki wyczerpują przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, określonej w art. 6 ust. 1, ust. 3 pkt 1 oraz ust. 4 pkt 3 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt II rozstrzygnięcia decyzji

Przedmiotowa praktyka polega na utrudnianiu konsumentom skorzystania z prawa odstąpienia od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej ze Spółką. Prezes Urzędu ustalił, że odbywało się to poprzez **nieinformowanie konsumentów o prawie odstąpienia od umowy oraz niewydawanie im wzoru odstąpienia od umowy**. Sprzeczność z prawem opisanej praktyki wynika z naruszenia art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 oraz ust. 4 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

Jak wskazano w decyzji, zgodnie z art. 6 ust. 1 upnpr praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija **istotne informacje** potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności **zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji** dotyczących produktu (art. 6 ust. 3 pkt 1 upnpr). Art. 6 ust. 4 pkt 5 upnpr precyzuje, że w przypadku propozycji nabycia produktu, **za istotne**

¹⁵ W zależności od obowiązującego stanu prawnego.

informacje uznaje się w szczególności informacje o istnieniu prawa do odstąpienia od umowy lub rozwiązania umowy, jeżeli prawo takie wynika z ustawy lub umowy.

W tym miejscu aktualne pozostają rozważania dotyczące nieuczciwej praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd przez zaniechanie poczynione na tle praktyki, o której mowa w pkt I.1.a niniejszej decyzji (por. str. 77-78 decyzji), dlatego dla jej udowodnienia konieczne będzie wykazanie **zaistnienia dwóch przesłanek: (a) wprowadzenia w błąd i (b) podjęcia lub możliwości podjęcia przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.**

W rozpatrywanej sprawie Prezes Urzędu przeanalizował, czy **konsumenci otrzymywali informację o prawie odstąpienia od umowy oraz czy był im wydawany odpowiedni wzór**, który mógłby posłużyć im do realizacji tego prawa. Ustalenia wymagało również, czy konsumenci byli wprowadzani w błąd w powyższym zakresie oraz czy działanie przedstawicieli TDD powodowało lub mogło powodować podjęcie przez konsumentów decyzji, której inaczej by nie podjęli.

Ad a) Wprowadzenie w błąd

Uprawnienie konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa wynika wprost z przepisów prawa.

Na gruncie ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny konsument, który zawarł taką umowę, mógł bez podania przyczyn odstąpić od niej w terminie 10 dni (art. 2 ust. 1, art. 7 ust. 1 uonpk). Zgodnie z art. 3 ust. 1 uonpk przedsiębiorca zawierający z konsumentem umowę poza lokalem przedsiębiorstwa powinien przed jej zawarciem poinformować konsumenta na piśmie o prawie odstąpienia od umowy i wręczyć wzór oświadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem swojego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresem zamieszkania (siedziby). Z kolei w przypadku umowy zawieranej na odległość konsument powinien być poinformowany o prawie odstąpienia od umowy, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy (art. 9 ust. 1 pkt 6 uonpk), a najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia powinien otrzymać potwierdzenie tych informacji na piśmie (art. 9 ust. 3 uonpk).

Na gruncie ustawy o prawach konsumenta konsument, który zawarł umowę na odległość lub 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 upk (art. 27 upk). Jednocześnie art. 12 ust. 1 pkt 9 upk stanowi, że najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca **ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy na podstawie art. 27 upk, a także wzorze formularza odstąpienia od umowy.** W przypadku umów zawieranych **poza lokalem przedsiębiorstwa** informacje, o których mowa w art. 12 upk (w tym o sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy oraz o wzorze formularza odstąpienia od umowy), muszą być utrwalone na papierze lub, jeżeli konsument wyrazi na to zgodę, na innym trwałym nośniku, w sposób czytelny i wyrażony prostym językiem (art. 14 ust. 1 upk). W przypadku umów zawieranych na **odległość** informacja o odstąpieniu jest jedną z niezbędnych informacji, które muszą zostać przekazane konsumentowi za pomocą środka porozumiewania się na odległość

(por. art. 19 upk). Z kolei art. 21 ust. 1 pkt 1 upk nakłada na przedsiębiorcę obowiązek przekazania konsumentowi potwierdzenia zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku w rozsądnym czasie po jej zawarciu, najpóźniej w chwili dostarczenia rzeczy lub przed rozpoczęciem świadczenia usługi. Potwierdzenie obejmuje informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1 upk, chyba że przedsiębiorca dostarczył konsumentowi te informacje na trwałym nośniku przed zawarciem umowy.

W przypadku umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa prawo odstąpienia od umowy jest **podstawowym uprawnieniem przywracającym równowagę stron w stosunku przedsiębiorca-konsument**, której deficyt wynika ze sposobu zawierania umowy. W przypadku składania propozycji zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość konsument może być zaskoczony złożoną ofertą oraz znajdować się pod presją jej przyjęcia. Możliwość skorzystania z prawa odstąpienia od umowy daje konsumentowi szansę na **ponowne przemyślenie swojej decyzji** oraz zapoznanie się ze wszystkimi warunkami umowy, których przedstawienie mogło nie być możliwe na etapie kontraktowania. Stąd też szczególnie istotne jest, aby konsument został o tym prawie w sposób należyty i we właściwym czasie odpowiednio poinformowany.

Tymczasem na podstawie przekazanych do Urzędu sygnałów konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że Spółka, wbrew swoim twierdzeniom, **w wielu przypadkach nie informowała konsumentów o przedmiotowym uprawnieniu oraz nie wydawała im wzoru formularza**. Świadczą o tym cytaty ze **zgłoszeń konsumentów** [por. np. *„Podczas tej telefonicznej rozmowy sprzedażowej nie zostałam poinformowana o przysługującym mi prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od otrzymania i podpisania umowy.”* (k. 8627); *„Nie pouczył mnie też ani nie zostawił mi formularza odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa (...).”* (k. 1359, str. 57 i 63 decyzji) i inne na str. 49-50 oraz str. 63 decyzji] oraz **nagrania rozmów sprzedażowych** przekazane w toku postępowania, podczas których brak nawet wzmianki o możliwości odstąpienia od umowy. Oznacza to, że działający w imieniu Spółki konsultanci telefoniczni oraz kurierzy lub umocowani przedstawiciele TDD nie wypełniali przedmiotowych obowiązków, wprowadzając tym samym konsumentów w błąd co do zakresu przyznanych im ustawowo uprawnień.

Zgodnie z wyjaśnieniami oraz materiałami przekazanymi przez Spółkę jednym z dokumentów, które powinny być przekazywane konsumentom w związku z zawarciem umowy z TDD był dokument „Informacja o odstąpieniu” (do 24 grudnia 2014 r.)/”Pouczenie” (po 24 grudnia 2014 r.) (por. str. 13-14 decyzji). Poza tymi dokumentami informacja o prawie odstąpienia od zawartej umowy znajdowała się w dokumencie „Oświadczenie Abonenta”

Spółka stoi na stanowisku, że przekazywała stosowną informację o prawie odstąpienia poprzez zawarcie postanowienia wskazującego na możliwość odstąpienia od umowy we wzorcu umowy, jak również w dokumencie „Oświadczenia Abonenta” oraz wprowadzając do obiegu konsumenckiego „Pouczenie o odstąpieniu od umowy”.

W ocenie Prezesa Urzędu na ocenę praktyki Spółki nie wpływa jednak fakt, że informacja o możliwości odstąpienia od umowy znajdowała się w umowie głównej. Jak zostało wskazane powyżej, informacja ta powinna znaleźć się **już na etapie telefonicznej rozmowy sprzedażowej**. Nienależnie od tego należy pamiętać, iż - zgodnie z ww. przepisami - **informacja o prawie odstąpienia musi zostać przekazana konsumentowi jeszcze przed zawarciem umowy z przedsiębiorcą**. Jak natomiast ustalono w postępowaniu, dokumentacja umowna była dostarczana konsumentom w sposób

uniemożliwiający zapoznanie się z nią przed jej podpisaniem. Świadczą o tym liczne wypowiedzi konsumentów [por. str. 65, „(...) Wskazując na ogromny pośpiech - nie pozwolił mi przeczytać umowy. Tak pozbawiony wszelkiej prawidłowej informacji, byłem przekonany, że dokonuje podpisania aneksu umowy z Orange.” (k. 8969)]. W trakcie spotkania z konsumentem kurierzy przedkładali konsumentowi do podpisu wiele dokumentów, z których treścią konsument w trakcie krótkiej wizyty kuriera nie był zapoznawany.

W konsekwencji w ocenie Prezesa Urzędu konsumenci nie otrzymywali informacji o prawie odstąpienia od umowy przed związaniem się umową ze Spółką (niezależnie od ustaleń dotyczących zarzutu praktyki opisanej w pkt III rozstrzygnięcia decyzji wskazujących, że również po zawarciu umowy konsumentowi nie jest przekazywana cała dokumentacja składająca się na umowę). W ocenie Prezesa Urzędu sam fakt podpisania dokumentu „Oświadczenie abonenta” nie oznaczał, że konsument zapoznał się z treścią innych dokumentów tam wskazanych [por. „Nie otrzymałam wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, pomimo, że na umowie moim podpisem to <potwierdzam>. Tak samo niewidoczne było pouczenie o odstąpieniu.” (k. 937, str. 63 decyzji)].

Mając na uwadze powyższe, zaniechanie Spółki opisane powyżej należało ocenić jako wprowadzające w błąd.

Ad b) Wpływ na decyzję przeciętnego konsumenta

W konsekwencji braku realizacji w odpowiednim czasie oraz w odpowiedni sposób obowiązków informacyjnych konsumenci byli wprowadzani w błąd w zakresie możliwości odstąpienia od zawartej umowy.

Przedmiotowa praktyka mogła w sposób istotny zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po zawarciu umowy. Wskutek nieudzielenia mu informacji o prawie do odstąpienia od umowy oraz niewydania wzoru odstąpienia od umowy przeciętny konsument mógł przede wszystkim nie wiedzieć, że przysługiwało mu fundamentalne uprawnienie konsumenckie, tj. odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość, bez podania przyczyny. W przypadku nawet posiadania wiedzy w tym zakresie czerpanej z innych źródeł konsument mógł nie być w stanie zidentyfikować, do kiedy może złożyć stosowane oświadczenie (czy termin określony przepisami prawa już upłynął) i któremu podmiotowi (konsument powinien zostać poinformowany o konieczności złożenia takiego oświadczenia TDD, a nie np. dotychczasowemu dostawcy usług). Wydanie konsumentowi załącznika zawierającego wzór odstąpienia od umowy oraz pouczenie o tym prawie pozwoliłoby mu również na ustalenie, w jakiej formie i w jakim trybie może z tego prawa skorzystać oraz jakie są skutki odstąpienia od umowy.

Brak świadomości konsumenta co do możliwości odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem lub na odległość mógł powodować, że - w ocenie konsumenta - jedyną możliwością zrezygnowania z usług Spółki było **rozwiązanie umowy przed upływem terminu**, na jaki została ona zawarta, i poniesienie kosztów związanych z jej jednostronnym rozwiązaniem. Art. 57 ust. 6 Pt nakłada bowiem na abonenta, który rozwiązał umowę z przedsiębiorcą przed upływem okresu zobowiązania, obowiązek zwrotu przyznanej mu ulgi. Konsument, któremu nie udzielono informacji o prawie odstąpienia od umowy, mógł nie zrealizować ww. prawa. Jednocześnie, z uwagi na pozostawanie w momencie zawierania umowy z TDD abonentem jeszcze innego dostawcy usług telekomunikacyjnych, konsument mógł być zmuszony do

poniesienia analogicznych kosztów w związku z przedterminowym rozwiązaniem umowy z dotychczasowym dostawcą usług.

Z drugiej zaś strony konsument, który wobec nieudzielenia mu informacji o prawie do odstąpienia, zdecydował się na **wypowiedzenie umowy (nie zaś odstąpienie od umowy)**, mógł ponieść konsekwencje finansowe w postaci obowiązku zwrotu ulgi. Jednocześnie konsument mógł żywić przekonanie, że konsekwencje te są zgodne z prawem, z czym wiąże się obowiązek ich poniesienia oraz brak możliwości kwestionowania ich np. na drodze sądowej.

Tym samym pominięcie przez Spółkę podczas zawierania z konsumentem umowy informacji o istnieniu prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa mogło powodować podjęcie przez konsumenta decyzji o kontynuowaniu korzystania z usług świadczonych przez Spółkę [por. "(...) *nie otrzymałem wraz z umową stosownego wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, który to wzór przedsiębiorca jest zobowiązany udostępnić konsumentowi. Zatem gdyby Państwo dopełnili swoich obowiązków wynikających z ustawy i udostępni mi takowy formularz to na pewno bym z niego skorzystała.*" (k. 1134, str. 67 decyzji) lub wypowiedzeniu umowy ze Spółką z poniesieniem konsekwencji finansowych z tym związanych, której to decyzji konsument nie podjąłby, wiedząc o możliwości skorzystania z przysługującego mu prawa odstąpienia.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że opisane działania Spółki spełniają przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 oraz ust. 4 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr.

Na tle opisanych praktyk należy dodatkowo wskazać, że bez znaczenia pozostają argumenty przywoływane przez Spółkę na zaprzeczenie stosowania zarzucanych jej praktyk, z których wynika, że wszelkie niezbędne informacje dotyczące umowy zawarte są w stosownych dokumentach [pismo Spółki z dn. 14 września 2015 r., (k. 4095 i n.)]. Przykładowo, odnosząc się do praktyk, o których mowa w pkt I.1.a i I.1.b TDD wskazała, że wszelkie dane rejestrowe ujęte zostały w stopce zamieszczonej na dokumentach (k. 4096). Odpowiadając z kolei na zarzut z pkt I.3 decyzji, Spółka argumentowała, że informacje o wysokości opłat miesięcznych zawarte są w cenniku, który każdorazowo udostępniany jest konsumentom lub może zostać przez nich pobrany ze strony internetowej Spółki (k. 4099). W przypadku praktyki z pkt II TDD również wskazywała, że informacja o odstąpieniu od umowy znajduje się w dokumentach, w szczególności w umowie, oświadczeniu o odstąpieniu czy oświadczeniu abonenta (k. 4099 verte). Praktyki stwierdzone w stosunku do Spółki odnoszą się bowiem do etapu przedkontraktowego, tj. do wprowadzającego w błąd informowania lub nieinformowania konsumentów o tożsamości przedsiębiorcy, wysokości opłat abonamentowych czy prawie odstąpienia od umowy w momencie składania propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt III rozstrzygnięcia decyzji

Praktyka, o której mowa w pkt III decyzji, polega na **niewydawaniu konsumentom pełnej dokumentacji umowy** o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub **potwierdzeń zawarcia tej umowy**, czego skutkiem jest wprowadzanie konsumentów w błąd.

Sprzeczność z prawem wynika w tym przypadku z naruszenia art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr. Zgodnie z art. 6 ust. 1 upnpr praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli **pomija istotne informacje** potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może

powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie **istotnych informacji** dotyczących produktu (ust. 3 pkt 1 upnpr). Wykładnię ww. przepisu przedstawiono powyżej (por. str. 77-78 decyzji).

Jak wskazywano powyżej, kwalifikacja działania przedsiębiorcy jako nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu art. 6 ust. 1 upnpr wymaga wykazania **zaistnienia dwóch przesłanek: (a)** wprowadzenia w błąd i **(b)** podjęcia lub możliwości podjęcia przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

W rozpatrywanej sprawie Prezes Urzędu przeanalizował, **czy przedstawiciele TDD przekazywali konsumentom pełną dokumentację umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub potwierdzenia zawarcia tej umowy oraz czy konsumenci byli wprowadzani w błąd** w tym zakresie. Ustalenia wymagało również, czy działanie przedstawicieli TDD **powodowało lub mogło powodować podjęcie przez konsumenta decyzji**, której inaczej by nie podjął.

Ad a) Wprowadzenie w błąd

Za zaniechanie wprowadzające w błąd może zostać uznane takie zachowanie przedsiębiorcy, które - w przypadku propozycji nabycia usług - **pomija istotne informacje** potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy. Za istotne informacje w rozumieniu przywołanych wyżej art. 6 ust. 1 oraz 3 pkt 1 upnpr, w ocenie Prezesa Urzędu należy uznać przede wszystkim **warunki umowy zawarte w dokumentacji umownej, którą przedsiębiorca powinien konsumentowi doręczyć.**

Do 24 grudnia 2014 r. obowiązek wręczenia konsumentowi pisemnego potwierdzenia zawarcia umowy, stwierdzającego jej datę i rodzaj oraz przedmiot świadczenia i cenę (w przypadku umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa) oraz obowiązek potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w art. 9 ust. 1 uonpk (w przypadku umów zawartych na odległość) uregulowane były odpowiednio w art. 3 ust. 1 uonpk oraz art. 9 ust. 3 uonpk.

Od 25 grudnia 2014 r. obowiązek wydania konsumentowi dokumentu umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub potwierdzenia jej zawarcia oraz obowiązek przekazania konsumentowi potwierdzenia zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku wynikają odpowiednio z art. 15 ust. 1 upk oraz art. 21 ust. 1 pkt 1 upk. Zgodnie z art. 15 ust. 1 upk przedsiębiorca jest zobowiązany wydać konsumentowi dokument umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub potwierdzenie jej zawarcia, utrwalone na papierze lub, za zgodą konsumenta, na innym trwałym nośniku. Art. 21 ust. 1 pkt 1 upk stanowi, że przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi potwierdzenie zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku w rozsądnym czasie po jej zawarciu, najpóźniej w chwili dostarczenia rzeczy lub przed rozpoczęciem świadczenia usługi. Potwierdzenie obejmuje informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1 upk, chyba że przedsiębiorca dostarczył konsumentowi te informacje na trwałym nośniku przed zawarciem umowy. Po zawarciu umowy konsument ma prawo zweryfikowania wszelkich jego praw i obowiązków wynikających z umowy. Do realizacji tego uprawnienia niezbędne jest doręczenie całości dokumentacji umownej. Bez możliwości zapoznania się z ww. dokumentacją, konsument nie jest bowiem w stanie ustalić wielu istotnych kwestii. Przede wszystkim nie może

zweryfikować przedmiotu umowy, z kim dokonał czynności prawnej, na jaki okres zawarł umowę.

W przedmiotowym stanie faktycznym w wielu przypadkach kurierzy **nie zostawiali konsumentom pełnej dokumentacji umownej**. Przedstawiciele TDD nie dostarczali kompletnej dokumentacji lub też **wcale nie pozostawiali jej konsumentom**, tłumacząc, że zostanie ona im przestana pocztą [por. str. 64 decyzji; por. np. cytowane powyżej: „(...) *nie pozwolił mi przeczytać umowy. Wszelką dokumentację zabrał, zapewniając, że to firma musi jeszcze podpisać i mi dokumenty odeśle, co do dnia dzisiejszego nie nastąpiło.*” (k. 8618, str. 65 decyzji); *”Okazało się, że umowa nie zawiera pierwszej i drugiej strony (najważniejszej) (...).*” (k. 9604 (1405) str. 64 decyzji). Nie dysponując pełną, a tylko wybiórczą dokumentacją umowną, konsumenci **nie mieli wyczerpującej wiedzy w zakresie swoich praw i obowiązków, co powodowało wprowadzenie ich w błąd**. Prezes Urzędu uważa, że **bez znaczenia przy tym pozostaje możliwość sprawdzenia tych informacji na stronie internetowej Spółki**, bowiem TDD ma obowiązek osobistego ich doręczenia. Brak jego realizacji powodował, że konsumenci nie mieli zapewnionego dostępu do informacji o tym, że zawarli umowę na określonych warunkach. Ww. gwarancja jest szczególnie istotna dla **konsumentów będących osobami starszymi**, którzy często borykają się z problemami z pamięcią i nie są w stanie zapamiętać wszystkich informacji przekazanych im ustnie. Ubocznie wskazać również wypada, że osoby takie często mogą mieć trudności z korzystaniem z nowoczesnych urządzeń zapewniających dostęp do Internetu, a w konsekwencji z sprawdzeniem ww. informacji na stronie internetowej Spółki.

Należy pamiętać, że w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość, mimo licznych obowiązków informacyjnych spoczywających na przedsiębiorcy, ze względu na specyfikę okoliczności zawierania umowy, konsument nie jest informowany o wszystkich warunkach wiążącego go kontraktu. Stąd też szczególnie istotne jest, aby konsument miał możliwość zapoznać się z treścią zawartej umowy **zarówno bezpośrednio po jej zawarciu, jak i w dowolnym momencie w czasie jej obowiązywania**. Tylko wówczas konsument otrzymuje pełną i jednoznaczną informację o wszystkich postanowieniach zawartej umowy oraz wynikających z niej prawach i obowiązkach obu stron. Posiadając ww. dokumenty, przeciętny konsument może bez przeszkód ustalić treść umowy w każdym momencie jej obowiązywania, a co za tym idzie zweryfikować ewentualne wątpliwości, jakie pojawiają się w toku wykonywania umowy. Przede wszystkim ma wówczas możliwość ustalenia, **kto jest stroną zawartego z nim kontraktu, jego przedmiotu oraz wszelkich opłat ponoszonych z tytułu jego zawarcia**. Dzięki dokumentom umowy przeciętny konsument może wyeliminować swoje wszelkie wątpliwości zarówno w odniesieniu do samego faktu zawarcia stosunku prawnego, jak i warunków dokonanej czynności prawnej.

Mając na uwadze powyższe, zaniechanie Spółki należy ocenić jako wprowadzające w błąd.

Ad b) Wpływ na decyzję przeciętnego konsumenta

Do skutków przedmiotowej praktyki zaliczyć należy przede wszystkim brak możliwości ustalenia przez konsumenta zakresu wiążących go praw i obowiązków, a co za tym idzie **brak po jego stronie świadomości co do rzeczywistych warunków zobowiązania**.

Powyższe może z kolei skutkować nieskorzystaniem przez konsumenta z przysługujących mu uprawnień albo skorzystaniem z nich w sposób nieprawidłowy, przykładowo w kontekście stosowania przez TDD **mechanizmu automatycznego przedłużania umowy zawartej na czas oznaczony na kolejny czas oznaczony**, który wymaga złożenia przez konsumenta

dotychczasowego oświadczenia woli w przedmiocie zakończenia umowy w terminie w niej przewidzianym¹⁶. Decyzja o niezłożeniu ww. oświadczenia wiąże się z ponoszeniem przez konsumenta wydatków poprzez uiszczanie opłat za abonament przez kolejny okres oznaczony. Zdając sobie sprawę z konsekwencji braku podjęcia określonych czynności w odpowiednim okresie wynikającym z umowy, konsument mógłby takiej decyzji nie podjąć.

Z kolei brak informacji o świadczeniu konsumentowi **odpłatnych usług dodatkowych** uniemożliwia lub utrudnia konsumentowi podjęcie decyzji o rezygnacji z nich. Na skutek braku świadomości co do tych okoliczności konsument może ponosić dodatkowe koszty pogarszające jego sytuację materialną, czego nie musiałby robić, gdyby dysponował odpowiednią wiedzą w tym zakresie.

Analizując skutki przedmiotowej praktyki, **należy również uwzględnić ich związek z pozostałymi praktykami TDD** uznanymi przez Prezesa Urzędu za naruszające zbiorowe interesy konsumentów. W ustalonych okolicznościach niewydanie konsumentowi dokumentu umowy wraz z załącznikami przede wszystkim **pozbawia konsumenta informacji**, z kim zawarł umowę oraz, że zawierając ją, zmienił dostawcę usług telekomunikacyjnych. Ustalenie powyższej informacji w oparciu o dokumentację umowy miało o tyle istotne znaczenie, że nie była ona w prawidłowy sposób przekazywana konsumentowi ani na etapie rozmowy telefonicznej, ani podczas osobistego spotkania z kurierem. Biorąc pod uwagę przebieg rozmowy telefonicznej oraz wizyty kuriera, jak również zakres informacji udzielanych w ich trakcie, nie może budzić wątpliwości, że **doręczenie dokumentów** umowy umożliwiłoby przeciętnemu konsumentowi ustalenie tożsamości dostawcy usług, z którym faktycznie dokonał czynności prawnej [por. uzasadnienie do zarzutu, o którym mowa w pkt I.1.a decyzji]. Nie otrzymując tych dokumentów, a jednocześnie kierując się informacjami udzielonymi przez konsultantów i kurierów co do np. zmiany umowy z dotychczasowym dostawcą usług, przeciętny konsument mógł jednak w ogóle nie mieć świadomości, że zawarł umowę z TDD. Tym samym mógł nie mieć żadnych możliwości zidentyfikowania Spółki jako swojego nowego dostawcy usług czy zapoznania się z szczegółowymi warunkami zawieranej umowy poprzez kontakt z nim.

Brak świadomości co do tożsamości nowego dostawcy usług telekomunikacyjnych nie jest jednak jedynym rezultatem opisywanego zaniechania. Na etapie wykonywania umowy konsument **nie ma bowiem również świadomości swoich praw i obowiązków** wynikających z przepisów ustawowych oraz umownych, określonych w dokumentacji umownej. W wyniku niewydania np. cennika promocyjnego, konsument nie ma możliwości ustalenia **wysokości obowiązującej go opłaty abonamentowej** oraz ewentualnego jej wzrostu, co jest szczególnie istotne ze względu na nieuzyskiwanie takiej informacji również na etapie zawierania umowy - w trakcie rozmowy telefonicznej lub wizyty kuriera (por. uzasadnienie do zarzutu, o którym mowa w pkt I.3).

Przedmiotowa praktyka mogła zatem w sposób istotny zniekształcać zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta na etapie kontraktowania oraz po zawarciu umowy. Będąc bowiem w posiadaniu wszystkich informacji wynikających z przekazanej w momencie zawarcia umowy dokumentacji, konsument mógłby podjąć świadomą decyzję co do związania się umową na określonych warunkach. Uwzględniając te informacje, mógłby również zdecydować o **odstąpieniu od umowy**, w przypadku uznania, że ww. warunki są niezgodne

¹⁶ Należy odnotować, że w tym zakresie prowadzone jest postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (sygn. RKR.611.3.2019).

z przekazanymi mu wcześniej warunkami lub z innych przyczyn są dla niego niesatysfakcjonujące (pod warunkiem, iż ww. informacja została mu dostarczona, co nie następowało w każdym przypadku, jak wynika z praktyki opisanej w pkt II i ustalonego w sprawie stanu faktycznego). Z kolei będąc świadomym ewentualnego wzrostu opłaty abonamentowej w nadchodzących miesiącach, konsument mógłby odpowiednio zaplanować swoje przyszłe wydatki.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że opisane zachowanie Spółki spełnia przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 6 ust. 1 i ust. 3 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 upnr.

Sprzeczność z prawem praktyki określonej w pkt IV rozstrzygnięcia decyzji

Praktyka opisana w pkt IV rozstrzygnięcia decyzji dotyczyła **żądania od konsumentów zapłaty za dodatkowe usługi** realizowane w związku z umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych, które **nie zostały zamówione przez konsumentów**. Sprzeczność z prawem opisanego zachowania wynika z art. 9 pkt 6 upnr. Zgodnie z tym przepisem, nieuczciwą praktyką rynkową w każdych okolicznościach (a więc agresywną praktyką rynkową) jest m.in. żądanie natychmiastowej lub odroczonej zapłaty za produkty bądź zwrotu lub przechowania produktów, które zostały dostarczone przez przedsiębiorcę, **ale nie zostały zamówione przez konsumenta**.

Wskazać przy tym należy, że za produkt uważa się każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych (art. 2 pkt 3 upnr). Świadczone przez Spółkę usługi dodatkowe mogą być zatem uznane za produkty.

Jednocześnie, za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności agresywną praktykę rynkową (art. 4 ust. 2 upnr).

Rozpatrywaną praktykę uważa się za **agresywną** w każdych okolicznościach. **Nie wymaga zatem wykazanie wpływu stosowania takiej praktyki na decyzję konsumenta dotyczącą umowy, której inaczej by nie podjął.**

Proponując świadczenie usług dodatkowych, przedsiębiorca powinien każdorazowo przedstawić ich specyfikę oraz wyjaśnić koszty, które konsument będzie zobowiązany ponieść. W przypadku zawierania umów na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, przedsiębiorca ma obowiązek, najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową, uzyskać wyraźną zgodę konsumenta na każdą dodatkową płatność wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy (art. 10 ust. 1 upk).

Tymczasem, w oparciu o skargi i sygnały konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że **Spółka żądała opłat z tytułu usług dodatkowych** takich jak: np. usługa „Billingu w formie wydruku” czy „Usługa dodatkowa” (polegającą na zagwarantowaniu ewentualnym spadkobiercom abonenta, że wszelkie zaległości istniejące lub powstałe w chwili lub po zgonie abonenta nie będą przedmiotem jakiegokolwiek roszczenia TDD względem tych spadkobierców) **pomimo tego, że konsumenci nie wyrażali zainteresowania nimi i ich nie zamawiali** [por. str. 68-71 decyzji - np. „(...) podczas podpisywania umowy pracownik firmy nie pytał mnie, czy jestem zainteresowana usługami dodatkowymi, ja np. billing, czy ubezpieczenie na wypadek śmierci- mimo to zostały mi one doliczone (...)” (k. 9604 (335)); „(...) naliczono mi opłaty za usługi dodatkowe - 4,87 + VAT miesięcznie nie zamawiałam, naliczono mi opłaty za billing w formie wydruku 3,99+ VAT - miesięcznie nie zamawiałam (...)” (k. 1309)].

Spółka nie tylko aktywowała usługi dodatkowe bez zgody konsumenta, ale także **nie informowała o ich koszcie ani nie wskazywała na ich zastosowanie** [por. str. 68-71 decyzji: „(...) Pani (...) twierdzi, że o dodatkowych kosztach też nie była informowana” (k. 11831); „(...) W wyniku postępowania reklamacyjnego okazuje się, że pełna nazwa spornej usługi to <Usługa gwarancji rachunku> i gwarantuje ona anulowanie zaległości za usługi telekomunikacyjne względem Operatora, które są na koncie abonenckim w momencie zgonu lub po zgonie.” (k. 2823-2824)].

Zaznaczenie „okienka” oznaczające zamówienie usługi dodatkowej **nie było dokonywane przez konsumenta**. Prezes Urzędu ustalił, że kurierzy lub umocowani przedstawiciele TDD albo przyjeżdżali do miejsca zamieszkania konsumenta, mając już uzupełnioną pozycję dotyczącą usług dodatkowych, albo zaznaczenie takiej zgody odbywało się w trakcie wizyty w domu konsumenta, jednakże bez jego wiedzy i zgody. Tym niemniej wobec braku zgody konsumentów, a nawet ich świadomości w tym zakresie, moment zaznaczenia na umowie zamówienia również usług dodatkowych przez przedstawicieli Spółki, wobec żądania za zapłatę tych usług na etapie wykonywania umowy, pozostaje irrelevantny.

Wskazania wymaga, że konsument powinien przede wszystkim wyrazić zgodę na dodatkową usługę i wiążącą się z nią płatność (zamówić usługę), o czym mowa zarówno w przywołanych przepisach zarówno upk, jak i upnr. Bez znaczenia zatem pozostaje fakt, czy konsument ma świadomość zaznaczenia odpowiedniego pola (okienka) przez konsultanta (np. w sytuacji gdy konsultant przy nim zaznacza ww. pole), ponieważ wiążące zamówienie każdej usługi wykraczającej poza świadczenie główne musi być poprzedzone **wyrażeniem na to zgody przez konsumenta. Co więcej, zgoda powinna być wyraźna, a nie domniemana**. Należy także podkreślić, że w przypadku gdy konsument nie był świadomy zawarcia umowy ze Spółką (por. praktyka, o której mowa w pkt I.1.a i I.1.b oraz I.2.a decyzji), nie miał tym bardziej świadomości zamówienia usługi dodatkowej lub możliwości weryfikacji tego faktu, w sytuacji gdy nie otrzymał kompletnej dokumentacji umownej (por. praktyka, o której mowa w pkt III decyzji).

Świadczenie konsumentom niezamówionych usług dodatkowych powodowało zwiększenie miesięcznych kosztów wynikających z zawartej umowy. Podkreślić przy tym należy, że to właśnie chęć uzyskania szczególnej korzyści cenowej zazwyczaj kierowała konsumentem, który wyrażał zgodę na przyjazd kuriera/przedstawiciela (vide praktyka, o której mowa w pkt I.2.b decyzji).

W sytuacji, gdy konsument był zachęcany zawarciem umowy, której koszt miał wynosić np. 25,01 zł brutto (w przypadku cennika promocyjnego, tj. Dynamiczne 100 Minut 15/5562), wzrost opłaty o 10,90 zł tytułem dwóch usług dodatkowych (usługa „Billing w formie wydruku” oraz „Usługa Dodatkowa”) należy ocenić jako znaczne obciążenie finansowe. Spółka żądała bowiem od konsumenta opłaty wyższej o ok. 43% niż ta, którą kierował się konsument podpisując dokumenty (niezależnie od innych czynników).

Na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego Prezes Urzędu stwierdził, że pomimo braku wyrażania zgody na aktywację usług dodatkowych i związane z nimi opłaty, konsumenci byli obciążani płatnościami z tego tytułu. Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że opisane zachowanie Spółki **stanowiło agresywną praktykę rynkową, o której mowa w art. 9 pkt 6 upnr, a w konsekwencji nieuczciwą praktykę rynkową**.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Przesłanka godzenia w zbiorowy interes konsumentów jest spełniona, gdy działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości rozumianej jako nieokreślona i nieograniczona grupa podmiotów. W uzasadnieniu wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. 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 godzą w interesy nieograniczonej liczby osób, których nie da się zidentyfikować, potencjalnie wszystkich jej dotychczasowych i przyszłych kontrahentów w razie wznowienia zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych z konsumentami. 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 naruszały pozaekonomiczne i ekonomiczne interesy konsumentów na etapie przedkontraktowym, na etapie zawierania umowy oraz na etapie jej wykonywania.

Praktyki określone w pkt I rozstrzygnięcia decyzji godzą w interesy konsumentów na etapie przedkontraktowym oraz na etapie zawierania umowy. Praktyki naruszały uprawnienie konsumentów do uzyskania rzetelnych informacji o tożsamości Spółki, okolicznościach złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy oraz o wysokości opłat abonamentowych (naruszenie o charakterze pozaekonomicznym). Sugerowanie przez przedstawicieli Spółki, że działali w imieniu innego niż TDD podmiotu, przede wszystkim dotychczasowego dostawcy usług telekomunikacyjnych, w innym celu niż zawarcie umowy wprowadza konsumentów w błąd. Takie zachowanie uniemożliwiało konsumentom ustalenie, jaki przedsiębiorca faktycznie kontaktował się z danym konsumentem i w jakim celu. Z kolei niezgodne z prawdą twierdzenia co do możliwości uzyskania szczególnej korzyści cenowej oraz co do wysokości opłat abonamentowych utrudniało konsumentom ustalenie jakie były rzeczywiste warunki cenowe proponowanej umowy. Prowadziło to do naruszenia swobody autonomii woli konsumenta, któremu został narzucony określony stosunek prawny. Dodatkowo mogło to skutkować zmniejszeniem zaufania do przedsiębiorców działających na rynku oraz mniejszą pewnością siebie przy dokonywaniu przyszłych czynności prawnych z przedsiębiorcą. Wprowadzenie w błąd co do tożsamości przedsiębiorcy i zawarcie z nim umowy wiązało się ponadto z zakończeniem współpracy z dotychczasowym dostawcą usług, z którym konsument nierzadko był związany przez wiele lat. Zakończenie tej relacji mogło wiązać się z poczuciem konsumenta utraty zaufanej marki, tj. renomy poprzedniego dostawcy, zadowolenia ze współpracy. Konsument, wobec których stosowane były przedmiotowe praktyki, mogli podejmować kroki zmierzające do ustalenia legalności działań przedsiębiorcy (zgłoszenia do organów ścigania, rzeczników konsumentów, Prezesa Urzędu oraz innych organów administracji publicznej). Na takie czynności należy poświęcić czas i środki, zwrócić się o pomoc do osób trzecich celem ich realizacji itp.

Przekazywanie wprowadzających w błąd informacji (dotyczących tożsamości przedsiębiorcy, celu handlowego czy warunków cenowych) wpływało na decyzje konsumentów o zawarciu umowy ze Spółką, z czym związane są określone skutki finansowe (naruszenie o charakterze ekonomicznym). Wynikały one z faktu zawarcia umowy z TDD, jak i ewentualnego rozwiązania przez konsumenta umowy z dotychczasowym dostawcą usług lub z TDD. Gdy umowa z dotychczasowym dostawcą usług była zawarta na czas oznaczony, a termin jej obowiązywania jeszcze nie upłynął, jednostronne rozwiązanie umowy przez konsumenta może spowodować, że zgodnie z art. 57 ust. 6 Pt, był zobowiązany do zwrotu kosztów udzielonych mu przez tego przedsiębiorcę ulg. Jeżeli natomiast konsument chciałby rozwiązać umowę z TDD zawartą na czas oznaczony, takie koszty poniesie na rzecz Spółki. Negatywne konsekwencje finansowe wiązały się ponadto ze wzrostem opłaty abonamentowej po dwóch okresach rozliczeniowych w przypadku zawarcia umowy w oparciu o cenniki przewidujące taką możliwość. Konsument już po dwóch miesiącach musiał ponosić wyższe koszty niż te, o których był informowany przy zawieraniu umowy.

W zbiorowe interesy konsumentów godziła również praktyka opisana w pkt II rozstrzygnięcia decyzji. Nieinformowanie konsumentów o prawie odstąpienia od umowy oraz niewydawanie im wzoru formularza do skorzystania z tego prawa utrudniało odstąpienie od umowy, co należy uznać za naruszenie na etapie zawierania umowy oraz jej wykonywania. Informacja o podstawowym uprawnieniu ma kluczowe znaczenie dla konsumenta zawierającego umowę na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Celem przyznania konsumentowi prawa odstąpienia od umowy jest przywrócenie równowagi kontraktowej między stronami umowy zawieranej w trybie innym niż w lokalu przedsiębiorstwa. Nie będąc poinformowanym o tym

prawie oraz nie posiadając wzoru formularza odstąpienia od umowy, konsument nie mógł odpowiednio zareagować np. w przypadku zorientowania się, że dokonał czynności prawnej z innym przedsiębiorcą, niż uważał. Takie zaniechanie może oznaczać kontynuację niechcianej współpracy z nowym podmiotem, co naruszało jego pozaekonomiczny interes rozumiany jako prawo wyboru dostawcy usług telekomunikacyjnych. Brak reakcji ze strony konsumenta w terminie 10 lub 14 dni mógł wywołać u niego przekonanie o utracie prawa odstąpienia od umowy i konieczność kontynuowania umowy ze Spółką, a co za tym idzie naruszenie jego interesów ekonomicznych związanych z ponoszeniem opłat za świadczone konsumentowi usługi lub kosztów rozwiązania umowy z TDD (zwrotu ulgi).

Praktyka określona w pkt III rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, polegająca na niedoręczaniu konsumentom podczas zawierania umowy pełnej dokumentacji umownej, naruszała interesy konsumentów na etapie zawierania umowy oraz jej wykonywania. Opisane zachowanie TDD mogło skutkować brakiem po stronie konsumenta informacji co do jego praw i obowiązków wynikających z zawartej umowy. W przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość, mimo licznych obowiązków informacyjnych spoczywających na przedsiębiorcy, ze względu na specyfikę okoliczności zawierania umowy, konsument mógł nie zostać poinformowany o wszelkich warunkach wiążącego go kontraktu (aspekt pozaekonomiczny). Brak pełnej dokumentacji umownej uniemożliwia konsumentowi ustalenie jego praw i obowiązków, a także potencjalnych konsekwencji finansowych określonych zachowań konsumentów. Mowa tu przede wszystkim o konieczności ponoszenia opłaty miesięcznej i opłat za usługi dodatkowe w określonej w dokumentach umownych wysokości, o wysokości ulg przyznanych w związku z zawarciem umowy na warunkach promocyjnych i warunkach, w jakich podlegają zwrotowi, o warunkach automatycznego przedłużenia umowy. Brak informacji w tym zakresie narusza ekonomiczne interesy konsumenta. Stąd też szczególnie istotne jest, aby konsument miał możliwość zapoznać się z treścią zawartej umowy zarówno bezpośrednio po jej zawarciu, jak i w dowolnym momencie w trakcie trwania umowy. Uprawnienie to należy uznać za szczególnie istotne w sytuacji, gdy podczas przedstawiania oferty konsument jest wprowadzany w błąd, co zostało udowodnione w omawianej sprawie. Zapoznanie się przez konsumenta z dokumentacją umowną mogło sprawić, iż konsument stawał się świadomy rzeczywistych warunków, na jakich miałby zawrzeć umowę z przedsiębiorcą.

Ostatnia z praktyk (pkt IV decyzji), dotycząca żądania przez Spółkę od konsumentów zapłaty za dodatkowe usługi realizowane w związku z umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych, które nie zostały zamówione przez konsumentów naruszała interesy konsumentów na etapie wykonywania umowy i pośrednio na etapie zawierania umowy (poprzez wybór dokonany w zastępstwie konsumenta). Pobieranie opłat za usługi dodatkowe, na które konsumenci nie wyrazili zgody, w sposób oczywisty naruszało ekonomiczne interesy konsumentów. Spółka obciążała konsumentów dodatkowymi kosztami, które - zgodnie z zapewnieniami przedstawicieli TDD - miały ulec zmniejszeniu. Odpłatne usługi dodatkowe, które niekiedy nie miały związku z usługami telekomunikacyjnymi (w szczególności „Usługa Dodatkowa”), stanowiły znaczny koszt w odniesieniu do opłaty miesięcznej. Za taki można uznać bowiem wzrost opłat o prawie 50% względem opłaty, którą konsumenci kierowali się przy wyrażaniu zgody na proponowane warunki, czyli przed jej wzrostem od 3 miesiąca (w sytuacji, gdy taki wzrost był przewidziany). W tym kontekście należy zauważyć, że istotną część klientów Spółki stanowiły osoby starsze, które w pismach kierowanych do Urzędu wskazywały na niskie dochody z tytułu emerytury lub renty. Na etapie zawierania umowy

konsumenci nie byli pytani o zainteresowanie usługami dodatkowymi, nie byli informowani ani o warunkach ich świadczenia, ani o koszcie. Przedmiotowa praktyka naruszała zatem również pozaekonomiczne interesy konsumentów w postaci swobody decydowania o zawarciu umowy w określonym kształcie i korzystaniu z określonych usług. Będąc bowiem świadomym funkcjonowania poszczególnych usług, konsumenci mogliby je uznać za nieprzydatne w ich sytuacji.

Uwzględniając, że praktyki określone w pkt I-IV naruszały także zbiorowe interesy konsumentów w sposób opisany powyżej, Prezes Urzędu przypisał Spółce stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i stwierdził zaniechanie ich stosowania z dniem 1 kwietnia 2017 roku, tj. z dniem, w którym Spółka zaprzestała zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych z konsumentami (por. str. 8 decyzji).

Nałożenie przez Prezesa Urzędu kary pieniężnej (pkt V rozstrzygnięcia decyzji)

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik, 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 uokik. Art. 106 ust. 3 uokik, wskazujący sposób obliczania obrotu, przewiduje w pkt 1 m.in., 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 uokik 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.

W oparciu o rachunek zysków i strat zawarty w sprawozdaniu finansowym za rok 2020¹⁷ Prezes Urzędu ustalił, że obrót osiągnięty w ww. roku wyniósł **256 153,19 zł**, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2020 r., tj. **4,6148 zł**, stanowi **55 506,89 EUR** (stosownie do art. 5 uokik, 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 2020 r. jest zatem niższy niż 100 000 euro, co uzasadnia konieczność obliczenia średniego obrotu osiągniętego przez przedsiębiorcę w latach 2018 - 2020.

Zgodnie z ww. przepisem - 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 przekazanych przez TDD (potwierdzonych rachunkami zysków i strat) wynika, że w latach 2018, 2019 Spółka osiągnęła następujące obroty:

¹⁷ Sprawozdanie finansowe TDD za rok 2020 zostało zamieszczone w Przeglądarce dokumentów finansowych prowadzonej przez Ministerstwo Sprawiedliwości (por. https://ekrs.ms.gov.pl/rdf/pd/search_df), (por. notatka z dnia 9 sierpnia 2021 r. k. 11905-11911)

[*****]. Jak wskazano powyżej, obrót TDD za rok 2020 wyniósł **256 153,19 zł**. Średni obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok 2021 wynosi zatem [***], co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2020 r., tj. **4,6148 zł** stanowi [**]. Z uwagi na to, iż ww. suma przekracza wartość 100 000 euro nie zachodzi potrzeba zastosowania art. 106 ust. 6 uokik (dotyczy sytuacji, w której przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w art. 106 ust. 5 uokik lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 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 uokik te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić, decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ww. 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 uokik).

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 uokik, 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 uokik wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

Zdaniem Prezesa Urzędu okoliczności niniejszej sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Spółce praktyk i ich możliwe negatywne skutki w sferze pozaekonomicznych i ekonomicznych interesów konsumentów, wskazują na celowość zastosowania wobec Spółki środka represji w postaci wymierzenia administracyjnej kary pieniężnej.

Ocena zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje na umyślne naruszenie przez Spółkę zakazu wyrażonego w art. 24 uokik w odniesieniu do wszystkich zarzuconych jej praktyk.

W ocenie Prezesa Urzędu, Spółka musiała zdawać sobie sprawę, choćby z uwagi na otrzymywane sygnały z różnych źródeł (konsumentów, rzecznicy konsumentów), że informacje przekazywane konsumentom przez osoby działające w imieniu i na rzecz Spółki mają wprowadzający w błąd charakter. Mimo licznych sygnałów wskazujących na nieprawidłowości Spółka nie wprowadziła zmian w przebiegu zawierania umowy, które wpłynęłyby na większy poziom ochrony konsumentów w przyszłości. Z ustaleń Prezesa

Urzędu wynika, że Spółka nie współpracowała aktywnie z agentami - nie przekazywała im zastrzeżeń w zakresie stosowanych przez nich procedur. Spółka nie przeprowadzała także regularnych kontroli, na podstawie których mogłaby wyeliminować niewłaściwe zachowania agentów oraz ich pracowników. Spółka nie zastosowała odpowiednich środków mających na celu wyeliminowanie nieprawidłowości w procesie zawierania umowy. Stosowane przez Spółkę środki [*****] nie przyniosły rezultatów w postaci poprawy realizacji procedur stosowanych przez Spółkę, o czym świadczą skargi napływające także po ich zastosowaniu. Spółka wiedziała zatem, że osiągała korzyści majątkowe wskutek wprowadzenia konsumentów w błąd, utrudniania konsumentom skorzystania z prawa odstąpienia od umowy, nieprzekazywania pełnej dokumentacji umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub potwierdzeń jej zawarcia czy żądania od konsumentów zapłaty za usługi dodatkowe, które nie były zamówione przez konsumentów. Brak efektywnych szkoleń dla agentów i nadzoru nad procesem zawierania umów (w tym brak nagrywania rozmów przez Spółkę - por. str. 21 decyzji - i weryfikacji przebiegu rozmów sprzedażowych nagrywanych przez agentów współpracujących z TDD), powtarzające się naruszenia oraz brak reakcji na zgłaszane nieprawidłowości przy zawieraniu umów (niewyciąganie konsekwencji wobec wszystkich agentów, brak zmian systemowych w procesie zawierania umów) świadczą o umyślności działań przedsiębiorcy.

Biorąc pod uwagę fakt prowadzenia przez Spółkę działalności, w tym występowania skutków praktyki na obszarze całego kraju, Prezes Urzędu uznał, iż naruszenia Spółki miały znaczny zasięg terytorialny.

Wspólnym elementem dla wszystkich praktyk stosowanych przez TDD jest ich zaniechanie w dniu 1 kwietnia 2017 r. Prezes Urzędu ustalił, że od tego czasu przedsiębiorca nie zawierał nowych umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Jednocześnie stosowanie praktyk przez TDD miało charakter długotrwały. Spółka rozpoczęła swoją działalność od 1 czerwca 2014 r., a pierwsze skargi pojawiły się już w sierpniu 2014 r. Jak wskazano powyżej, praktyki TDD trwały do 1 kwietnia 2017 r.

Ustalenie wysokości kary w przedmiotowej sprawie w odniesieniu do każdej z praktyk wskazanych w pkt I-IV rozstrzygnięcia decyzji miało charakter wieloetapowy, co spowodowane było zaistnieniem w postępowaniu okoliczności mających wpływ na jej wysokość. Ustalając wymiar kary pieniężnej, Prezes Urzędu każdorazowo w pierwszej kolejności dokonywał oceny wagi stwierdzonej praktyki i na tej podstawie ustalał kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszych ustaleń wysokości kary, a następnie - w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wysokość kary - dokonywał gradacji ustalonej kwoty bazowej.

Kara za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w pkt I.1.a - I.1.b rozstrzygnięcia decyzji

W pkt I.1.a - I.1.b rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu stwierdził stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Polegały one na wprowadzającym w błąd nieinformowaniu lub informowaniu konsumentów, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, o tożsamości przedsiębiorcy składającego propozycję zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Ww. praktyki przejawiały się w dwóch formach - a) poprzez niepodawanie pełnej nazwy oraz adresu Spółki oraz b) niezgodne z prawdą podawanie się za dotychczasowego dostawcę usług

telekomunikacyjnych, z którego usług korzysta konsument. Prezes Urzędu stwierdził, że praktyki te zostały zaniechane z dniem 1 kwietnia 2017 r.

Wagę praktyk należy określić jako znaczną, ze względu na poważne skutki, które wywoływały w sferze interesów konsumentów. Prezes Urzędu w szczególności wziął pod uwagę, że praktyki stosowane przez Spółkę godziły w zbiorowe interesy konsumentów zarówno na etapie przedkontraktowym, jak i na etapie zawierania kontraktu.

Podkreślenia wymaga, iż konsument ma prawo oczekiwać, że najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy przekazane mu zostaną wymagane przepisami prawa informacje, w tym przede wszystkim informacje o danych identyfikujących przedsiębiorcę. Informacja o tożsamości przedsiębiorcy, z którą wiąże się posiadane przez niego dobre imię, a w konsekwencji renoma na rynku usług telekomunikacyjnych (lub a contrario jej brak), stanowi bowiem jeden z podstawowych czynników (obok ceny) wpływających na podjęcie przez konsumenta decyzji o związaniu się daną umową. Tym bardziej za niedopuszczalne należy zatem uznać podawanie się przez przedsiębiorcę za dotychczasowego operatora, którego konsument może darzyć zaufaniem z uwagi na wieloletnią współpracę. Przedmiotowe praktyki wywoływały również skutki na etapie realizacji kontraktu - w postaci konieczności wykonywania umowy, której konsument nie zawarłby, mając wiedzę co do rzeczywistej tożsamości swojego partnera kontraktowego.

Poprzez przekazywanie ww. nieprawdziwych informacji Spółka naruszała zatem podstawowy obowiązek informacyjny względem konsumenta, pozbawiając go informacji o tym, z kim zawierał umowę. W ten sposób Spółka wprowadzała konsumentów w błąd co do swojej tożsamości, czyli tożsamości dostawcy usług, który proponował konsumentom zawarcie nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Pod wpływem wprowadzających w błąd sugestii Spółki przeciętny konsument mógł podjąć decyzję dotyczącą czynności prawnej, której nie podjąłby, gdyby wiedział, jaki podmiot się z nim kontaktuje i w jakim celu. Uzyskując rzetelne informacje podczas rozmowy telefonicznej, przeciętny konsument mógłby nie wyrazić zgody na wizytę kuriera lub umocowanego przedstawiciela Spółki wiedząc, że nie jest zainteresowany zmianą dostawcy usług. Przekazanie rzetelnych informacji o podmiocie, z jakim zawrzeć ma umowę podczas rozmowy telesprzedazowej lub wizyty przedstawiciela Spółki mogłoby natomiast spowodować, że konsument nie podpisałby okazywanych mu dokumentów. Określone w pkt I.1.a - I.1.b praktyki naruszały zatem pozaekonomiczne interesy konsumentów, tj. prawo do uzyskania informacji.

Zakwestionowane praktyki mogły również wywierać wpływ na konkretne decyzje konsumentów o zawarciu umowy ze Spółką w postaci zmiany dostawcy usług telekomunikacyjnych, z czym wiązać mogły się określone skutki finansowe. Jeżeli bowiem umowa konsumenta z dotychczasowym dostawcą była umową zawartą na czas oznaczony, której termin jeszcze nie upłynął, a konsument zdecydował o jej jednostronnym rozwiązaniu, był co do zasady zobowiązany do poniesienia kosztów, o których mowa w art. 57 ust. 6 Pt. Dodatkowo w przypadku rozwiązania w ten sposób umowy zawartej na czas oznaczony ze Spółką konsument był zobowiązany do poniesienia ww. opłat na rzecz Spółki. Działania Spółki godziły tym samym również w ekonomiczne interesy konsumentów. Stopień szkodliwości praktyk był więc niewątpliwie znaczny.

Prezes Urzędu wziął także pod uwagę charakter oferowanych przez TDD usług, z którymi związane były praktyki Spółki. Podkreślenia bowiem wymaga, że dostęp do usług telekomunikacyjnych to istotny element funkcjonowania gospodarstwa domowego

konsumenta, w szczególności seniora. Za szczególnie ważny należy uznać dostęp do stacjonarnej sieci telefonicznej, która dla wielu, głównie starszych konsumentów może stanowić podstawowy sposób kontaktu z innymi. Usługi telekomunikacyjne są dla osób starszych szczególnie istotne w sytuacjach, w których potrzebują pomocy i muszą zwrócić się o nią do innych. Przedmiotowe praktyki miały na nich tym większy wpływ, że jest to grupa społeczna o wyższym stopniu zaufania do drugiego człowieka, a co za tym idzie - bardziej podatna na nieuczciwe praktyki rynkowe, w tym marketingowe.

Przy analizie stopnia szkodliwości oraz skutków rynkowych praktyk Prezes Urzędu wziął pod uwagę fakt, że wprowadzanie w błąd w zakresie tożsamości przedsiębiorcy to jeden z najczęstszych zarzutów dotyczących zachowań Spółki (obok praktyk, o których mowa w pkt I.2.a - I.2.b rozstrzygnięcia decyzji), o których mowa w pismach konsumentów kierowanych do Urzędu.

Prezes Urzędu ustalił również, że przedmiotowe praktyki miały charakter długotrwały (por. str. 112-113 decyzji).

Powyższe okoliczności wpływające na wysoki stopień szkodliwości praktyki Spółki przesądziły o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [**] ([**] za praktykę, o której mowa w pkt I.1.a rozstrzygnięcia decyzji oraz [***] za praktykę, o której mowa w pkt I.1.b rozstrzygnięcia decyzji) średniego obrotu Spółki za lata 2018-2020 r., tj. [*****].

Prezes Urzędu uznał za okoliczności obciążające, wpływające na podwyższenie ustalonej kwoty bazowej kary: umyślność naruszenia (o 50%) oraz jego znaczny zasięg terytorialny (o 20%).

Ponadto Prezes Urzędu dopatrył się w niniejszej sprawie jednej okoliczności łagodzącej, tj. zaniechania stosowania praktyk zarzuconych Spółce w punkcie pkt I.1.a - I.1.b rozstrzygnięcia decyzji w związku z zaprzestaniem zawierania umów z konsumentami. Powyżej opisana przyczyna uzasadnia zmniejszenie kwoty bazowej kary o 10%.

Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyk stwierdzonych w pkt I.1.a - I.1.b rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 62 261 zł po zaokrągleniu. Oznacza to, że nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik w zw. z art. 106 ust. 5 uokik i jednocześnie stanowi [***] średniego obrotu osiągniętego przez Spółkę w latach 2018-2020 r., czyli [***] kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.

W ocenie Prezesa Urzędu kara we wskazanej powyżej wysokości spełni stawiane przed nią cele. Wymierzona kara jest również adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Kara za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w pkt I.2.a - I.2.b rozstrzygnięcia decyzji

W pkt I.2.a - I.2.b rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu stwierdził praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Zakwestionowane przez Prezesa Urzędu praktyki zostały zaniechane z dniem 1 kwietnia 2017 r. Polegały na nieinformowaniu konsumentów, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych o okolicznościach złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Nieinformowanie konsumentów o ww. okolicznościach przejawiało się w dwóch formach - a) poprzez nieujawnianie handlowego celu praktyki polegającej na zawieraniu przez konsumenta umowy o świadczenie usług

z innym dostawcą usług niż ten, z którego usług dotychczas korzysta konsument oraz b) poprzez niezgodne z prawdą twierdzenia osób reprezentujących przedsiębiorcę co do:

- możliwości uzyskania przez konsumenta szczególnej korzyści cenowej,
- konieczności podpisania przez konsumenta doręczanych mu dokumentów z uwagi na zmianę sytuacji prawnej lub faktycznej dotychczasowego dostawcy usług oraz
- konieczności uzupełnienia przez konsumenta dokumentacji abonenckiej.

Wagę praktyk należy określić jako znaczną ze względu na poważne skutki, które wywoływały w sferze interesów konsumentów. Prezes Urzędu w szczególności wziął pod uwagę, że praktyki stosowane przez Spółkę godziły w zbiorowe interesy konsumentów zarówno na etapie przedkontraktowym, jak i na etapie zawierania kontraktu.

Podkreślenia wymaga, iż konsument ma prawo oczekiwać, że w przypadku kontaktu ze strony przedsiębiorcy zostanie on odpowiednio poinformowany, jaki jest jego cel. Nie wskazując na handlowy cel praktyki oraz przekazując niezgodne z prawdą twierdzenia, Spółka powodowała, iż konsumenci nie mieli możliwości podjęcia świadomej decyzji w kwestii zawarcia umowy z TDD. Przebieg rozmów telefonicznych oraz osobistych wizyt u konsumentów nie pozwalał na zorientowanie się przez konsumentów, iż Spółka proponowała im zawarcie umowy z dostawcą usługi innym niż ten, z którego dotychczas korzystali konsumenci. Dodatkowo konsumenci byli zapewniani o tym, że wyrażenie zgody na przedstawianą im ofertę, będzie wiązało się ze szczególną korzyścią cenową, tj. z obniżeniem opłat za usługi czy otrzymaniem pakietu darmowych minut.

Poprzez nieujawnianie handlowego celu praktyki oraz przekazywanie nieprawdziwych informacji Spółka naruszała zatem podstawowe prawa konsumenta. Pod wpływem wprowadzających w błąd sugestii Spółki przeciętny konsument mógł podjąć decyzję dotyczącą czynności prawnej, której nie podjąłby, gdyby wiedział, że konsekwencją zawarcia umowy ze Spółką nie jest przedłużenie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z dotychczasowym dostawcą usług, a jego zmiana. Podobnie konsument mógłby nie wyrazić zgody na ofertę TDD, wiedząc, że nie przyczyni się ona do osiągnięcia szczególnej korzyści cenowej, a wręcz przeciwnie - spowoduje ona zwiększenie wydatków konsumenta (np. na skutek konieczności poniesienia kosztów, o których mowa w art. 57 ust. 6 Pt - w przypadku jednostronnego wypowiedzenia umowy na czas określony, jaka wiązała konsumenta z dotychczasowym dostawcą usług). Przedmiotowe praktyki w przypadku związania się konsumenta umową z TDD wywoływały również skutek w postaci konieczności wykonywania tej umowy, do czego konsument nie byłby zobowiązany w sytuacji, gdyby jej nie zawarł, mając wiedzę co do rzeczywistej tożsamości swojego partnera kontraktowego. Stopień szkodliwości praktyk należy więc niewątpliwie ocenić jako znaczny.

Prezes Urzędu wziął także pod uwagę charakter oferowanej przez TDD usługi, z którą związane były praktyki Spółki. Jak już wskazano, dla wielu (zwłaszcza starszych) konsumentów dostęp do stacjonarnej sieci telefonicznej jest podstawowym sposobem kontaktu z innymi. Usługi telekomunikacyjne są dla osób starszych szczególnie istotne w sytuacjach, w których potrzebują pomocy i muszą zwrócić się o nią do innych. Wprowadzające w błąd twierdzenia Spółki (m.in. o konieczności uzupełnienia dokumentacji umownej w celu zachowania dostępu do usług telefonii stacjonarnej) mogły skutkować zawarciem umowy ze Spółką, na co konsumenci nie zdecydowaliby się, mając świadomość rzeczywistego handlowego celu przedsiębiorcy.

Przy analizie stopnia szkodliwości oraz skutków rynkowych ww. praktyk Prezes Urzędu wziął po uwagę fakt, że były one często przywoływane przez konsumentów w pismach konsumentów do Urzędu dotyczących działań Spółki.

Prezes Urzędu ustalił, że przedmiotowe praktyki miały charakter długotrwały.

Powyższe okoliczności wpływające na wysoki stopień szkodliwości praktyki Spółki przesądziły o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [**] ([**] za praktykę, o której mowa w pkt I.2.a rozstrzygnięcia decyzji oraz [***] za praktykę, o której mowa w pkt I.2.b rozstrzygnięcia decyzji) średniego obrotu Spółki za lata 2018-2020 r., tj. [*****].

Podobnie jak przy ocenie pozostałych zarzutów Prezes Urzędu uznał za okoliczności obciążające, wpływające na podwyższenie ustalonej kwoty bazowej kary: umyślność naruszenia (o 50%) oraz jego znaczny zasięg terytorialny (o 20%) (por. str. 112-113 decyzji).

Ponadto Prezes Urzędu dopatrzył się w niniejszej sprawie jednej okoliczności łagodzącej, tj. zaniechania stosowania praktyk zarzuconych Spółce w pkt I.2.a - I.2.b rozstrzygnięcia decyzji w związku z zaprzestaniem zawierania umów z konsumentami. Powyżej opisana przyczyna uzasadnia zmniejszenie kwoty bazowej kary o 10%.

Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyk stwierdzonych w pkt I.2.a - I.2.b rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 62 261 zł po zaokrągleniu. Oznacza to, że nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik w zw. z art. 106 ust. 5 uokik i jednocześnie stanowi [**] średniego obrotu osiągniętego przez Spółkę w latach 2018-2020 r., czyli [**] kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.

W ocenie Prezesa Urzędu kara we wskazanej powyżej wysokości spełni stawiane przed nią cele. Wymierzona kara jest również adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Kara za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w pkt I.3 rozstrzygnięcia decyzji

W pkt I.3 Prezes Urzędu uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów zachowania polegające na nieinformowaniu konsumentów, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, o wysokości opłat abonamentowych. Powyższego Spółka dokonywała poprzez: nieprzekazywanie konsumentom informacji, że podawana w trakcie składania propozycji zawarcia umowy obniżona kwota abonamentu obowiązuje jedynie przez pierwsze dwa okresy rozliczeniowe, a nie przez cały czas trwania umowy zawartej na warunkach promocyjnych oraz poprzez niezamieszczanie w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych wysokości opłat miesięcznych, które konsument zobowiązany był ponosić na podstawie zawartej umowy. Prezes Urzędu stwierdził, iż ww. praktyki zostały zaniechane przez TDD w dniu 1 kwietnia 2017 r.

Wagę praktyk należy określić jako znaczną ze względu na poważne skutki, które wywoływały w sferze interesów konsumentów na etapie zawierania umowy oraz jej wykonywania. Przy analizie stopnia szkodliwości praktyk oraz ich skutków rynkowych Prezes Urzędu uwzględnił okoliczność, że praktyki stosowane przez Spółkę godziły w zbiorowe interesy konsumentów na etapie zawierania kontraktu.

W pierwszej kolejności wskazać należy, iż konsument ma prawo oczekiwać, że najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy przekazane mu zostaną wymagane przepisami

prawa informację, w tym o łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczone usługi oraz o innych kosztach. Powyższe praktyki ujawniały się ponadto na etapie wykonywania umowy, bowiem związana jest z wysokością kosztów ponoszonych przez konsumentów za usługi telekomunikacyjne.

Zdaniem Prezesa Urzędu ocena ww. praktyk oraz ich skutków rynkowych prowadzi do wniosku, że ich wysoki stopień szkodliwości wynikał z możliwości naruszenia ekonomicznych i pozaekonomicznych interesów konsumentów. Zaniechanie informacyjne Spółki w omawianym zakresie mogło przede wszystkim naruszać prawo konsumentów do otrzymania od Spółki - potencjalnego kontrahenta informacji o podstawowym warunku proponowanej umowy. Nieprzekazanie informacji o ograniczonym czasie, w stosunku do całego okresu umowy, obowiązywania niższej opłaty za abonament oraz niezamieszczanie wysokości ponoszonych kosztów w umowie mogło wprowadzać konsumentów w błąd co do wysokości faktycznych opłat, jakie będą ponosić na podstawie zawartej ze Spółką umowy. Nie otrzymując takich informacji w chwili złożenia przez Spółkę propozycji zawarcia umowy, konsumenci mogli założyć, że niższa opłata, o której zostali poinformowani, będzie obowiązywać przez cały okres umowy. Pod wpływem błędnego przekonania w tej kwestii konsumenci mogli podjąć decyzję dotyczącą umowy, której by nie podjęli, gdyby uzyskali rzetelne informacje o opłatach, jakie będą ponosić przez cały okres stosunku prawnego w razie skorzystania z przedstawionej im propozycji. Mylne wyobrażenie o warunkach kontraktu mogło być pogłębione poprzez brak stosownej informacji umowie głównej. Gdyby taka informacja została umieszczona w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych, konsument mógłby podjąć inną decyzję gospodarczą od tej, którą podjął w okolicznościach zaniechania TDD. Praktyka Spółki mogła wywierać więc wpływ na konkretne decyzje konsumentów o zawarciu umowy ze Spółką.

Brak informacji ze strony Spółki mógł w konsekwencji powodować, że konsument poznawał rzeczywiste koszty korzystania z jej usług dopiero na etapie wykonywania umowy (na przykład kiedy zapoznał się z cennikiem promocji lub po otrzymaniu od Spółki faktury z wyższymi opłatami po upływie pierwszych dwóch okresów rozliczeniowych). Oznaczało to, że konsument był zobowiązany do ponoszenia wyższych opłat za abonament w czasie trwania zawartej ze Spółką umowy niż opłaty, które spodziewał się ponosić, otrzymując propozycję zawarcia z nią umowy.

Prezes Urzędu wziął także pod uwagę charakter oferowanej przez TDD usługi, z którą związana jest praktyka Spółki. Podkreślenia bowiem wymaga, że dostęp do usług telekomunikacyjnych stanowi istotny element funkcjonowania gospodarstwa domowego konsumenta, zwłaszcza seniora. Jak zaznaczono powyżej, szczególnie ważny jest dostęp do stacjonarnej sieci telefonicznej, która dla wielu, głównie starszych konsumentów, jest podstawowym sposobem kontaktu z innymi.

Prezes Urzędu uznał, że przedmiotowe praktyki miały charakter długotrwały.

Powyższe okoliczności wpływające na wysoki stopień szkodliwości praktyki Spółki przesądziły o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [**] średniego obrotu Spółki za lata 2018-2020 r., tj. [*****]

Podobnie jak przy ocenie pozostałych zarzutów Prezes Urzędu uznał za okoliczności obciążające, wpływające na podwyższenie ustalonej kwoty bazowej kary: umyślność naruszenia (o 50%) oraz jego znaczny zasięg terytorialny (o 20%), (por. str. 112-113 decyzji).

Ponadto Prezes Urzędu dopatrył się w niniejszej sprawie jednej okoliczności łagodzącej, tj. zaniechania stosowania praktyk zarzuconych Spółce w punkcie I.3 rozstrzygnięcia decyzji w związku z zaprzestaniem zawierania umów z konsumentami. Powyżej opisana przyczyna uzasadnia zmniejszenie kwoty bazowej kary o 10%.

Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyk stwierdzonych w pkt I.3 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 62 261 zł po zaokrągleniu. Oznacza to, że nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik w zw. z art. 106 ust. 5 uokik i jednocześnie stanowi [***] średniego obrotu osiągniętego przez Spółkę w latach 2018-2020 r. czyli [**] kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.

W ocenie Prezesa Urzędu kara we wskazanej powyżej wysokości spełni stawiane przed nią cele. Wymierzona kara jest również adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Kara za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w pkt II rozstrzygnięcia decyzji

W pkt II rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów utrudnianie konsumentom skorzystania z prawa odstąpienia od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej ze Spółką. Praktyki te przejawiały się w dwóch formach - poprzez nieinformowanie konsumentów o prawie odstąpienia od umowy oraz poprzez niewydawanie im wzoru odstąpienia od umowy. Prezes Urzędu stwierdził zaniechanie praktyki z dniem 1 kwietnia 2017 r.

Określając stopień szkodliwości praktyk jako znaczny, Prezes Urzędu uwzględnił okoliczność, że ujawniały się one na etapie zawierania umowy. Mogły one także zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po jej zawarciu, utrudniając konsumentowi odstąpienie od zawartej ze Spółką umowy.

W rozpatrywanej sprawie podkreślenia wymaga to, jak istotna dla konsumenta jest informacja dotycząca prawa do odstąpienia od umowy. Skorzystanie z tego uprawnienia daje konsumentowi możliwość rezygnacji ze stosunku umownego, bez ponoszenia kosztów (z wyjątkiem kosztów wskazanych w ustawie). Nie uzyskując od przedstawiciela Spółki informacji na temat prawa odstąpienia od umowy lub nie otrzymując załącznika do umowy w postaci wzoru oświadczenia lub formularza o odstąpieniu od umowy, przeciętny konsument mógł natomiast w ogóle nie mieć wiedzy o tym, że takie prawo mu przysługiwało. Podkreślenia wymaga, iż podpisanie umowy ze Spółką wiązało się z powstaniem długoterminowego zobowiązania i skutkowało znacznym obciążeniem finansowym po stronie konsumenta. Z uwagi na powyższe należy uznać, że ww. praktyka mogła nie tylko naruszać pozaekonomiczne interesy konsumentów, tj. prawo do uzyskania informacji, ale mogła również godzić w ekonomiczne interesy konsumentów. Stopień szkodliwości tej praktyki należy niewątpliwie ocenić więc jako znaczny.

Prezes Urzędu ustalił również, że przedmiotowe praktyki miały charakter długotrwały.

Powyższe okoliczności wpływające na wysoki stopień szkodliwości praktyki Spółki przesądziły o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [**] średniego obrotu Spółki za lata 2018-2020 r., tj. [*****]

Podobnie jak przy ocenie pozostałych zarzutów Prezes Urzędu uznał za okoliczności obciążające, wpływające na podwyższenie ustalonej kwoty bazowej kary: umyślność naruszenia (o 50%) oraz jego znaczny zasięg terytorialny (o 20%), (por. str. 112-113 decyzji).

Ponadto Prezes Urzędu dopatrył się w niniejszej sprawie jednej okoliczności łagodzącej, tj. zaniechania stosowania praktyk zarzuconych Spółce w punkcie II rozstrzygnięcia decyzji w związku z zaprzestaniem zawierania umów z konsumentami. Powyżej opisana przyczyna uzasadnia zmniejszenie kwoty bazowej kary o 10%.

Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyk stwierdzonych w pkt II rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 62 261 zł po zaokrągleniu. Oznacza to, że nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik w zw. z art. 106 ust. 5 uokik i jednocześnie stanowi [**] średniego obrotu osiągniętego przez Spółkę w latach 2018-2020 r., czyli [**] kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.

W ocenie Prezesa Urzędu kara we wskazanej powyżej wysokości spełni stawiane przed nią cele. Wymierzona kara jest również adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w pkt III rozstrzygnięcia decyzji

Prezes Urzędu uznał zachowanie Spółki wskazane w pkt III rozstrzygnięcia decyzji za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania z dniem 1 kwietnia 2017 roku. Praktyka ta polegała na niedoręczaniu konsumentom podczas zawierania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych pełnej dokumentacji umownej lub potwierdzenia zawarcia tej umowy.

Oceniając szkodliwość przedmiotowej praktyki jako znaczny, Prezes Urzędu zważył przede wszystkim, że praktyka Spółki godziła w podstawowe prawo konsumentów do otrzymania dokumentów umownych po zawarciu umowy. W przypadku każdej umowy, zwłaszcza w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub 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. Nie posiadając pełnej dokumentacji umownej, konsument nie ma możliwości ustalenia wyczerpujących informacji co do wiążącego go stosunku prawnego. Nie ma świadomości przede wszystkim z jakim podmiotem dokonał czynności prawnej oraz jakie opłaty jest zobowiązany uiszczać za usługi telekomunikacyjne oraz dodatkowe (ze względu również na praktyki opisane w pkt I.1.a - I.1.b, I.3 i IV rozstrzygnięcia decyzji). Nie będąc świadomym praw i obowiązków wynikających z dokonanej czynności prawnej, konsument mógł kontynuować umowę ze Spółką wbrew swojej woli i na nieznanym mu warunkach. Utrudnione było skorzystanie przez konsumenta z uprawnień przewidzianych w umowie, np. złożenia oświadczenia o braku woli przedłużenia umowy na kolejny czas oznaczony. Zachowanie Spółki narażało go przy tym na obciążenie finansowe związane np. z koniecznością ponoszenia opłat abonamentowych w automatycznie przedłużonym okresie. Uznać zatem należy, że taka praktyka TDD mogła zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta na etapie zawierania umowy oraz po jej zawarciu - na etapie wykonywania umowy. Z tych względów praktyka Spółki mogła wywierać negatywny wpływ także na ekonomiczne interesy konsumentów.

Prezes Urzędu ustalił, że przedmiotowa praktyka miała charakter długotrwały.

Powyższe okoliczności wpływające na wysoki stopień szkodliwości praktyki Spółki przesądziły o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [**] średniego obrotu Spółki za lata 2018-2020 r., tj. [*****]

Podobnie jak przy ocenie pozostałych zarzutów, Prezes Urzędu uznał za okoliczności obciążające, wpływające na podwyższenie ustalonej kwoty bazowej kary: umyślność naruszenia (o 50%) oraz jego znaczny zasięg terytorialny (o 20%), (por. str. 112-113 decyzji).

Ponadto Prezes Urzędu dopatrył się w niniejszej sprawie jednej okoliczności łagodzącej, tj. zaniechanie stosowania praktyki zarzuconej Spółce w punkcie III rozstrzygnięcia decyzji w związku z zaprzestaniem zawierania umów z konsumentami. Powyżej opisana przyczyna uzasadnia zmniejszenie kwoty bazowej kary o 10%.

Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyki stwierdzonej w pkt III rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 62 261 zł po zaokrągleniu. Oznacza to, że nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik w zw. z art. 106 ust. 5 uokik i jednocześnie stanowi [**] średniego obrotu osiągniętego przez Spółkę w latach 2018-2020 r. czyli [***] kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.

W ocenie Prezesa Urzędu kara we wskazanej powyżej wysokości spełni stawiane przed nią cele. Wymierzona kara jest również adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określonej w pkt IV rozstrzygnięcia decyzji

W pkt IV rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu uznał zachowanie Spółki polegające na żądaniu od konsumentów zapłaty za dodatkowe usługi realizowane w związku z umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych, które nie zostały zamówione przez konsumentów, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Prezes Urzędu stwierdził zaniechanie stosowania tej praktyki z dniem 1 kwietnia 2017 roku.

Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki jako znaczny, Prezes Urzędu uwzględnił okoliczność, że przedmiotowa praktyka ujawnia się na etapie wykonywania umowy. Poprzez stosowanie tej praktyki Spółka naruszała przede wszystkim ekonomiczne interesy konsumenta, obciążając go kosztem niezamówionych przez niego usług dodatkowych. Działanie Spółki naruszało również interesy pozaekonomiczne konsumentów obejmujące swobodę decydowania o zawarciu określonej umowy i korzystaniu z określonych usług.

Charakter zachowania Spółki określonego w pkt IV rozstrzygnięcia Prezes Urzędu ocenił jako długotrwały.

Powyższe okoliczności wpływające na wysoki stopień szkodliwości praktyki Spółki przesądziły o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [**] średniego obrotu Spółki za lata 2018-2020 r., tj. [*****]

Podobnie jak przy ocenie pozostałych zarzutów Prezes Urzędu uznał za okoliczności obciążające, wpływające na podwyższenie ustalonej kwoty bazowej kary: umyślność naruszenia (o 50%) oraz jego znaczny zasięg terytorialny (o 20%), (por. str. 112-113 decyzji).

Ponadto Prezes Urzędu dopatrył się w niniejszej sprawie jednej okoliczności łagodzącej, tj. zaniechania stosowania praktyki zarzuconej Spółce w punkcie IV rozstrzygnięcia decyzji w związku z zaprzestaniem zawierania umów z konsumentami. Powyżej opisana przyczyna uzasadnia zmniejszenie kwoty bazowej kary o 10%.

Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyki stwierdzonej w pkt IV rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 62 261 zł po zaokrągleniu. Oznacza to, że nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik w zw. z art. 106 ust. 5 uokik i jednocześnie stanowi [**] średniego obrotu osiągniętego przez Spółkę w latach 2018-2020 r. czyli [***] kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.

W ocenie Prezesa Urzędu kara we wskazanej powyżej wysokości spełni stawiane przed nią cele. Wymierzona kara jest również adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Koszty postępowania (pkt VI rozstrzygnięcia decyzji)

Zgodnie z art. 80 uokik, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W sprawach nieuregulowanych w uokik do postępowań przed Prezesem Urzędu stosuje się przepisy kpa (art. 83 uokik). Zgodnie z art. 77 ust. 1 uokik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów uokik, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

Zgodnie z art. 263 § 1 kpa, do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Organ administracji publicznej może zaliczyć do kosztów postępowania także inne koszty bezpośrednio związane z rozstrzygnięciem sprawy (art. 263 § 2 kpa). Zgodnie z art. 264 § 1 kpa 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.

W wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu w pkt I - IV rozstrzygnięcia decyzji stwierdził, że Spółka naruszyła przepisy uokik w zakresie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania oraz podmiotami współpracującymi ze Spółką. W związku z powyższym, postanowiono obciążyć Spółkę kosztami postępowania w wysokości **743 zł** po zaokrągleniu.

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000 w terminie **14 dni** od uprawomocnienia się decyzji.

Pouczenie

Zgodnie z art. 112 ust. 3 uokik, 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 Nr 51101010100078782231000000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tj. Dz.U. z 2020 r. poz. 1575 ze zm., dalej jako „kpc”) od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie **miesiąca** od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz. U. z 2020 r., poz. 755 ze zm., dalej jako: „ustawa o kosztach sądowych”), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt VI rozstrzygnięcia niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 264 § 1 kpa w zw. z art. 80 uokik oraz stosownie do art. 81 ust. 5 uokik w związku z 479³² § 1 i § 2 kpc, przedsiębiorcy przysługuje prawo wniesienia zażalenia do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **w terminie tygodnia** od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 2 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2020 r. poz. 755 ze zm., dalej jako: „uksc”) zażalenie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 500 zł.

Zgodnie z art. 103 ust. 1 uksc Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki (art. 103 ust. 2 uksc).

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

Stosownie do treści art. 117 § 1 Kodeksu postępowania cywilnego strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Jednocześnie art. 117 § 3 Kodeksu postępowania cywilnego stanowi, że osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Zgodnie z art. 117 § 4 zd. 1 Kodeksu postępowania cywilnego wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona

zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Załączniki:

Płyta CD zawierająca analizę skarg zaliczonych w poczet materiału dowodowego niniejszego postępowania.

1. Telekomunikacja dla Domu Sp. z o.o.
Al. Jerozolimskie 123a
02-017 Warszawa
2. a/a

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Zastępca Dyrektora
Departamentu Ochrony Zbiorowych Interesów
Konsumentów
Katarzyna Araczevska