



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

RŁO.610.7.2018.MM/AB

Łódź, dnia 8 września 2020 r.

[wersja jawna]

DECYZJA NR RŁO 7/2020

- I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 i 1086) po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, określone w:

1. art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 i 1086), działania Novanet Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, polegające na wprowadzającym w błąd informowaniu konsumentów, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, o przedmiocie oferowanej usługi i rzeczywistym celu rozmowy lub wizyty, przez sugerowanie, że składana oferta i dokumenty przedkładane konsumentom dotyczą zmiany warunków umowy zawartej z dotychczasowym usługodawcą, podczas gdy w rzeczywistości dotyczą zawarcia nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z Novanet Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, a tym samym zmiany usługodawcy, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r., poz. 2070) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

2. art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 i 1086), działania Novanet Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, polegające na obciążaniu konsumentów dodatkową płatnością za usługi w postaci usługi dodatkowej określonej w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, prezentacji numeru CLIP i wykazu połączeń w formie wydruku, wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy bez uzyskania wyraźnej zgody konsumenta, co narusza art. 10 ust. 1 w związku z art. 25 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2020 r., poz. 287) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów

i nakazuje się zaniechania ich stosowania.

- II. Na podstawie art. 103 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076 i 1086), w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i



Konsumentów, **nadaje się niniejszej decyzji w zakresie pkt I sentencji decyzji rygor natychmiastowej wykonalności.**

III. Na podstawie art. 26 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 i 1086) po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

nakłada się na Novanet Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w związku z praktykami stwierdzonymi w punktach I.1 i I.2 sentencji niniejszej decyzji, poprzez przekazanie listem poleconym - w terminie 2 (dwóch) miesięcy od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji - do wszystkich konsumentów, którzy zawarli umowy z Novanet Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, sformułowanej w sposób czytelny i zrozumiały pisemnej informacji o treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w decyzji z dnia 8 września 2020 r. nr RŁO 7/2020 uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania Novanet Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie polegające na:

a) wprowadzającym w błąd informowaniu konsumentów, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, o przedmiocie oferowanej usługi i rzeczywistym celu rozmowy lub wizyty, przez sugerowanie, że składana oferta i dokumenty przedkładane konsumentom dotyczą zmiany warunków umowy zawartej z dotychczasowym usługodawcą, podczas gdy w rzeczywistości dotyczą zawarcia nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z Novanet Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, a tym samym zmiany usługodawcy,

b) obciążaniu konsumentów dodatkową płatnością za usługi w postaci usługi dodatkowej określonej w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, prezentacji numeru CLIP i wykazu połączeń w formie wydruku, wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy bez uzyskania wyraźnej zgody konsumenta.

W związku z powyższym, w odniesieniu do praktyki wskazanej w pkt a) informujemy, że zgodnie z art. 12 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070), w razie dokonania nieuczciwej praktyki rynkowej konsument, którego interes został naruszony może żądać m.in. naprawienia wyrządzonej szkody na zasadach ogólnych.

W odniesieniu do praktyki wskazanej w pkt b) wskazujemy na treść art. 10 ust. 2 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2020 r. poz. 287), zgodnie z którym jeżeli przedsiębiorca nie otrzymał wyraźnej zgody konsumenta, lecz założył jej istnienie przez zastosowanie domyślnych opcji, które konsument musi odrzucić w celu uniknięcia dodatkowej płatności, konsument ma prawo do zwrotu uiszczonych płatności dodatkowej.

Konsumentom mogą dochodzić swoich roszczeń indywidualnie, na drodze cywilnoprawnej, mogą również zwrócić się z prośbą o pomoc do organizacji konsumenckich oraz powiatowych (miejskich) rzeczników konsumentów,

właściwych ze względu na miejsce zamieszkania konsumenta, wykonujących zadania samorządu powiatowego w zakresie ochrony konsumentów.”

Treść decyzji nr RŁO 7/2020 dostępna jest na stronie www.uokik.gov.pl”.

IV. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 i 1086) po przeprowadzeniu postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

nakłada się na Novanet Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie:

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt **I.1** sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 75 289 zł (słownie: siedemdziesiąt pięć tysięcy dwieście osiemdziesiąt dziewięć złotych)**, płatną do budżetu państwa

2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w pkt **I.2** sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 75 289 zł (słownie: siedemdziesiąt pięć tysięcy dwieście osiemdziesiąt dziewięć złotych)**, płatną do budżetu państwa.

V. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 i 1086) oraz na podstawie art. 263 § 1, art. 263 § 2 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. – Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2020 r., poz. 256 i 695) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

– w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów –

obciąża się Novanet Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie kosztami postępowania opisanego w punkcie I sentencji niniejszej decyzji w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w kwocie **125,90 zł (słownie: sto dwadzieścia pięć złotych dziewięćdziesiąt groszy)** i zobowiązuje Novanet Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie do zwrotu tych kosztów Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 14 (czternastu) dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej jako: „Prezes Urzędu”), mając na uwadze otrzymywane liczne skargi od konsumentów oraz rzeczników konsumentów dotyczące nieprawidłowości w działalności Novanet Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (dalej jako: „Novanet”, „Spółka” lub „Przedsiębiorca”) przeprowadził postępowanie wyjaśniające w celu wstępnego ustalenia, czy działania przedsiębiorcy Novanet lub przedsiębiorców współpracujących z tą spółką, związane z zawieraniem umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz świadczeniem i promowaniem usług telekomunikacyjnych, mogą stanowić praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów uzasadniając wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (sygn. RŁO-403-06/17/MM).

W dniu 15 października 2018 r. Prezes Urzędu, na podstawie zgromadzonego materiału dowodowego, postanowił o wszczęciu postępowania w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w:

1. art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na wprowadzającym w błąd informowaniu konsumentów, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, o przedmiocie oferowanej usługi i rzeczywistym celu rozmowy lub wizyty, przez sugerowanie, że składana oferta i dokumenty przedkładane konsumentom dotyczą zmiany warunków umowy zawartej z dotychczasowym usługodawcą, podczas gdy w rzeczywistości dotyczą zawarcia nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z Novanet Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, a tym samym zmiany usługodawcy, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070), a tym samym godzić w zbiorowe interesy konsumentów,

2. art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na obciążaniu konsumentów dodatkową płatnością za usługi w postaci usługi dodatkowej określonej w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, prezentacji numeru CLIP i wykazu połączeń w formie wydruku, wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy bez uzyskania wyraźnej zgody konsumenta, co może naruszać art. 10 ust. 1 w związku z art. 25 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2017 r. poz. 683, 2361, z 2018 r. poz. 650) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów (*dowód: karty 1–7*).

Sprawa została przekazana przez Prezesa Urzędu Delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi (*dowód: przekazanie sprawy z dnia 8 października 2018 r. – karta 15*).

Postanowieniem z dnia 15 października 2018 r. (*dowód: karty 9–11*), Prezes Urzędu postanowił o zaliczeniu w poczet dowodów we wszczętym postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów pisma uzyskane w toku postępowania wyjaśniającego (sygn. RŁO-403-06/17/MM) oraz skargi i zawiadomienia otrzymane od konsumentów i miejskich (powiatowych) rzeczników konsumentów dotyczące działalności Novanet, które wpłynęły do Urzędu, pisma otrzymane od Spółki oraz od innych podmiotów posiadających informacje dotyczące działań Novanet. Wśród nich znajduje się 20 ankiet, które zostały wypełnione przez konsumentów kierujących się do rzeczników konsumentów w celu uzyskania bezpłatnej pomocy prawnej.

W dniu 13 marca 2020 r. Prezes Urzędu wydał kolejne postanowienie o zaliczeniu w poczet dowodów w postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów stosowanych przez Novanet określonych dokumentów (*dowód: karta 1480*).

Zgodnie z zasadą wyrażoną w art. 10 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2020 r., poz. 256 i 695; dalej jako: „kpa”), pismem z dnia 17 czerwca 2020 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu postępowania dowodowego, wyznaczając termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy (*dowód: karta 1607*). Spółka nie zapoznała się z aktami sprawy po otrzymaniu ww. zawiadomienia.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny

Przedsiębiorca Novanet Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie został wpisany do rejestru przedsiębiorców KRS pod numerem 0000590705 w dniu 10 grudnia 2015 r. (*dowód: odpis z*

rejestrze KRS - karty 1461-1466). Do dnia 13 lutego 2017 r. firma przedsiębiorcy działała pod nazwą Nova Telecom Sp. z o.o., która została zmieniona na nazwę obowiązującą obecnie, tj. Novanet Sp. z o.o. (dowód: karta 747).

Postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów było następstwem postępowania wyjaśniającego prowadzonego w celu wstępnego ustalenia, czy działania przedsiębiorcy Novanet Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie lub przedsiębiorców współpracujących z tą spółką, związane z zawieraniem umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz świadczeniem i promowaniem usług telekomunikacyjnych, mogą stanowić praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, uzasadniając wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Postępowanie wyjaśniające wszczęte zostało w związku z przesyłanymi do Prezesa Urzędu licznymi skargami i zawiadomieniami konsumentów oraz powiatowych (miejskich) rzeczników konsumentów, według których Przedsiębiorca wprowadza konsumentów w błąd co do swojej tożsamości, w ten sposób, że osoby działające w jego imieniu oraz na jego rzecz przedstawiają konsumentom ofertę świadczenia usług telekomunikacyjnych, twierdząc lub sugerując, że reprezentują oni dotychczasowego dostawcę usług telekomunikacyjnych. Ponadto w skargach i zawiadomieniach podnoszono, że Przedsiębiorca zapewnia konsumentów, że przedmiotem dokonywanej przez nich czynności prawnej jest zmiana warunków umowy zawartej z dotychczasowym dostawcą usług, zazwyczaj poprzez obniżenie abonamentu. W rzeczywistości jednak czynność ta polega na zawarciu nowej umowy z Przedsiębiorcą, tj. podmiotem, który wcześniej nie świadczył usług telekomunikacyjnych na rzecz tych konsumentów. Novanet w ramach prowadzonej działalności gospodarczej oferuje począwszy od listopada 2016 r. świadczenie usług telekomunikacyjnych na całym terytorium Polski. Spółka pozyskuje klientów poprzez akwizycję bezpośrednią z udziałem podmiotów współpracujących, zawierając z konsumentami umowy poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość. Zgodnie z katalogiem zawartym w *Regulaminie świadczenia Abonentom usług telekomunikacyjnych przez Novanet Sp. zo.o.* (dalej jako: „*Regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych*”) Przedsiębiorca oferuje konsumentom usługi: Prefiks, WLR, FVNO, GSM (dowód: karta 41), oraz usługi dodatkowe, np. prezentacja numeru CLIP.

Usługa telekomunikacyjna FVNO to usługa świadczona przez Novanet na rzecz abonentów z wykorzystaniem karty SIM/USIM. Usługa WLR to katalog usług świadczonych przez Novanet na rzecz abonentów przyłączonych do stacjonarnej publicznej sieci telefonicznej Orange Polska S.A. Usługa Prefiks NDS to usługa krajowych i międzynarodowych połączeń realizowana poprzez preselekcję lub ręczny wybór NDS. Z kolei usługa GSM to usługa telekomunikacyjna świadczona w sieci mobilnej wraz z usługami towarzyszącymi przez Novanet na rzecz abonentów z wykorzystaniem karty SIM/USIM (dowód: § 3 *Regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych* – karta 41).

W trakcie postępowania przeanalizowano przekazane przez Spółkę informacje, wzorce umowne, cenniki i inne dokumenty, a także 16 pism otrzymanych bezpośrednio od konsumentów, korespondencję przekazaną przez rzeczników konsumentów – 72 skargi/wnioski skierowane do rzeczników wraz z załączonymi dokumentami, 7 skarg skierowanych do Urzędu Komunikacji Elektronicznej (w tym jedną skargę, którą konsumenci (...) przekazali bezpośrednio do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz jedną skargę konsumentki (...), która została przekazana przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Ostrzeszowie) oraz 20 ankiet, które zostały wypełnione przez konsumentów, kierujących się do rzeczników w celu uzyskania bezpłatnej pomocy prawnej (dowód: karty 592-600, 665-667, 673-678, 699-717, 730-735, 737-742, 840-842, 863-865, 953-961, 995-997, 1012-1014, 1084-1089).

Wymienione ankiety przygotowane zostały przez Prezesa Urzędu i przesłane do miejskich i powiatowych rzeczników konsumentów w całym kraju, z prośbą o ich przekazywanie konsumentom korzystającym z pomocy rzeczników w związku ze zgłaszanymi nieprawidłowościami przy zawieraniu umów z Novanet. W ankietach zamieszczono pytania dotyczące zachowania przedstawicieli Spółki podczas rozmów telefonicznych poprzedzających zawarcie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz wizyt w miejscu zamieszkania konsumentów, w czasie których dochodzi do zawarcia ww. umów. Wypełnienie ankiet było dobrowolne, konsumenci nie byli zobowiązani do ich uzupełnienia i przekazania Prezesowi Urzędu. Łącznie Prezes Urzędu otrzymał 21 ankiet (dane zawarte w jednej z nich nie zostały uwzględnione ponieważ jest to kopia ankiety zawierającej odpowiedzi na niektóre pytania wraz z podpisem konsumenta, a pozostałe odpowiedzi zostały udzielone na tej kopii dowód: karty 684-686).

Oferta Przedsiębiorcy jest skierowana do nieokreślonej grupy konsumentów, jednakże analiza zgromadzonego materiału dowodowego wskazuje, że konsumentami, którzy mogą być dotknięci praktykami Spółki wskazanymi w zarzutach, są często osoby starsze, w wieku przewyższającym 70 lat. Wniosek ten uzasadniony jest treścią skarg, zawiadomień i ankiet przesyłanych do Prezesa Urzędu, m.in.(pisownia oryginalna):

- „Dla mnie, osoby w 70 roku życia, nie do pomyslenia jest, że miły głos w telefonie dzwoni z firmy, która ma na celu oszukanie mnie. I robi to świadomie, bo wie, ile mam lat (prosi o podanie nr-u PESEL). Zresztą na wiek może także wskazywać moje imię, które jest zupełnie „niedzisiejsze”.” – pismo konsumenta z dnia 26 lutego 2017 r., sygn. RŁO-80-23(1)/17/MM (dowód: karta 1261),

- „(...) jako osoba starsza i schorowana nie byłam świadoma tego, że zostałam wprowadzona w błąd przez firmę NOVA TELECOM SP. Z O.O.” – pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-6(11)/17/MM (dowód: karta 310 odwrót),

- „Mam 87 lat. Mieszkam tylko ze starszą ode mnie o 2 lata żoną. (...) Pani ta nie powiedziała mi, że chodzi o zmianę operatora, lecz jedynie o obniżenie abonamentu. Mówiła szybko, więc nawet jeżeli się przedstawiła to dla mnie jako osoby starszej trudno przez telefon zorientować się w różnicy nazw (...)” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika w Wieluniu, sygn. RŁO-403-06(21)/17/MM (dowód: karta 583),

- „Rozmowa trwała ok. 10 minut i na celu miała ulżyć losom starszym ludzi którzy korzystają z tel. stacjonarnego tak jak ja i płaci ok. 50 zł.” – fragment ankiety z dnia 31 maja 2017 r., sygn. RŁO-403-06(30)/17/MM (dowód: karta 676 odwrót),

- „Jestem ufną i szczerą emerytką i do tej pory byłam przekonana, że nagrywane rozmowy i zapewnienia przez telefon mają moc prawną.” – pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika w Bartoszycach, sygn. RŁO-403-06(32)/17/MM (dowód: karta 690),

- „Obecnie mój wiek to 82 lata, mam problemy ze wzrokiem, pamięcią, z logicznym zrozumieniem tego, co ktoś do mnie mówi i z logicznym zrozumieniem tego, co czytam oraz problem ze słuchem.” – pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika w Bartoszycach, sygn. RŁO-403-06(32)/17/MM (dowód: karta 691),

- „Jestem osobą w starszym wieku (rok urodzenia 1938), a moim jedynym źródłem dochodu jest niezbyt wysoka emerytura, więc zgodziłam się na proponowaną zmianę umowy, która miała być dostarczona przesyłką kurierską.” - pismo konsumenta z dnia 25 maja 2017 r., sygn. RŁO-403-06(36)/17/MM (dowód: karta 718),

- „Jestem osoba starszą mam 90 lat. (...) Jestem osobą słabo widzącą, mieszkam sama i nie miał mi kto przeczytać tej umowy która była napisana drobnym pismem, zostałam tylko poinformowana gdzie mam podpisać (...)” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-06(45)/17/MM (dowód: karta 765),

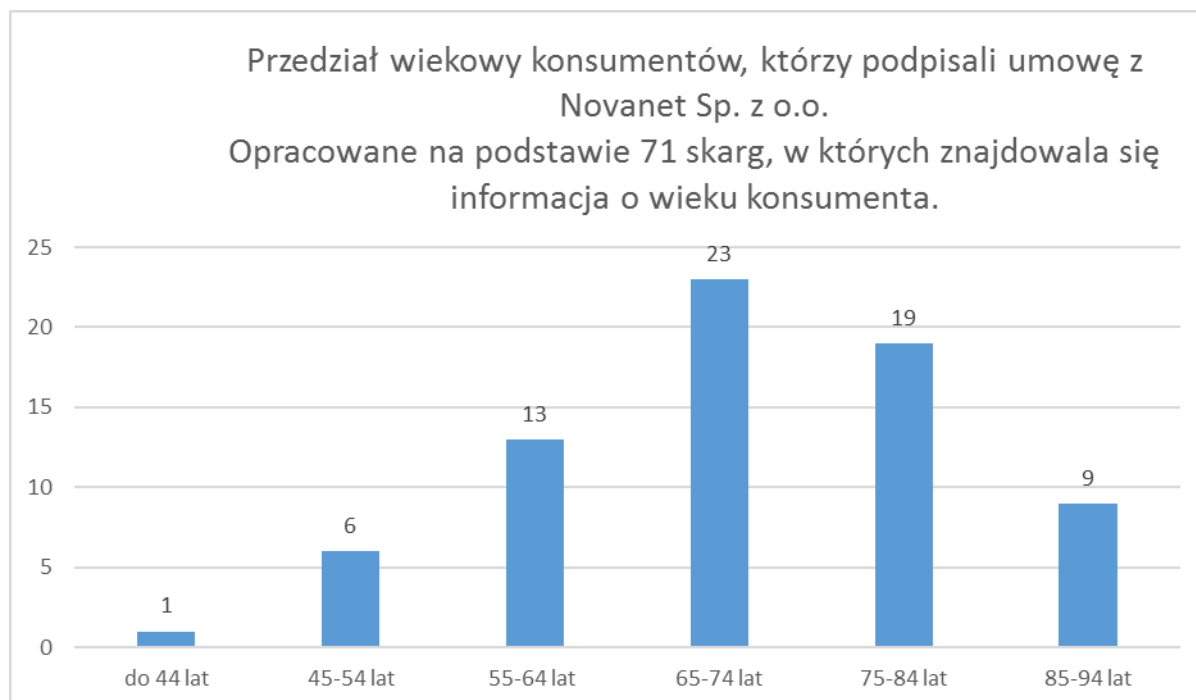
- „Jestem 89 letnim emerytem. (...) Jestem osobą niedosłyszącą, nie wszystko rozumiem o czym mówią inne osoby, zwłaszcza przez telefon, ale aby wyraził zgodę na zmianę operatora wogóle sobie nie przypominam (...)” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-06(45)/17/MM (dowód: karta 772-772 odwrót),

- „Jestem przekonany, że przedstawiciel tej firmy sprytnie wykorzystał mój już mocno dojrzały wiek (pesel 32.....), słaby słych, brak rozeznania i moją już niestety nieporadność.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-06(45)/17/MM (dowód: karta 777-777 odwrót),

- „Jestem osoba starszą (mam 77 lat) i w związku z tym łatwiej jest mnie wprowadzić w błąd wykorzystując mój wiek i zaufanie do drugiej osoby.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika w Lidzbarku Warmińskim, sygn. RŁO-403-06(61)/17/MM (dowód: karta 1003),

- „Mam 75 lat, nie pomyślałam, że ktoś może mnie oszukać znając mój numer telefonu i operatora – podpisałam tę umowę.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika w Zawierciu, sygn. RŁO-403-06(61)/17/MM (dowód: karta 1287).

Ponadto Prezes Urzędu przeanalizował treść skarg i dokumentów otrzymanych od konsumentów, jak i tych przekazanych przez powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów oraz Urząd Komunikacji Elektronicznej pod kątem wieku osób, które zawarły umowę z Novanet. Średni wiek konsumentów, obliczony na podstawie informacji zebranych z 71 skarg, ankiet i innych dokumentów, w których pojawiła się informacja o wieku lub nr PESEL konsumenta, wynosi 70,1 roku. Poniżej znajduje się wykres pokazujący przedział wiekowy konsumentów, którzy podpisali umowę z Novanet.



(dowód: karta 1572)

Analiza przekazanych przez konsumentów i powiatowych (miejskich) rzeczników konsumentów pism wskazuje, że proces sprzedaży (zawarcia umowy) inicjowany jest przez kontakt telefoniczny z konsumentem. Następnie do miejsca zamieszkania konsumenta przyjeżdża „kurier”, przedkładając konsumentowi umowę do podpisania. W toku postępowania ustalono również, że rola takiego kuriera często ogranicza się do przekazania umowy do podpisu, ale zdarzają się także przypadki, w których aktywnie prezentuje on ofertę Novanet jako ofertę dotychczasowego operatora telekomunikacyjnego (dowód: karty 295, 302, 310, 341, 440, 518, 539, 554, 567, 583, 718, 723, 758, 765, 789, 934, 963, 998, 1015, 1075, 1235, 1261, 1287, 1304, 1394, 1522, 1527, 1537).

Ponadto Prezes Urzędu ustalił, że we wszystkich 16 pismach otrzymanych bezpośrednio od konsumentów pojawił się zarzut wprowadzenia przez Novanet w błąd co do tożsamości operatora z którym zawierają umowę (*dowód: karta 1568*). Z kolei spośród 72 skarg konsumenckich przekazanych przez rzeczników konsumentów, zarzut wprowadzenia w błąd co do tożsamości operatora pojawił się w 60 pismach, a spośród 5 skarg przekazanych przez Urząd Komunikacji Elektronicznej (ilość ta obejmuje tylko skargi, które nie dublowały się z przekazanymi bezpośrednio do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ani z przekazanymi przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Ostrzeszowie) zarzut ten pojawił się we wszystkich pismach (*dowód: karty 1569–1571*).

W toku postępowania wyjaśniającego ustalono również, że Przedsiębiorca w zakresie zawierania z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych posługuje się wzorcem umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Zgodnie z oświadczeniem Przedsiębiorcy z dnia 25 kwietnia 2017 r. (*dowód: karta 28*) Novanet stosuje taki sam wzorec umowny od początku prowadzonej działalności telekomunikacyjnej, tj. od listopada 2016 r. Zmianie uległy jedynie wskazywane we wzorcach dane Spółki, w związku ze zmianą jej nazwy (*dowód: karta 29*). Analiza wszystkich kopii umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych przekazanych zarówno przez Spółkę, jak i wszystkich tych, które zostały przekazane Prezesowi Urzędu przez konsumentów i powiatowych (miejskich) rzeczników konsumentów oraz Urząd Komunikacji Elektronicznej wskazują, że zostały one zawarte według tego samego wzorca umowy i dotyczą tylko usługi FVNO. Zatem Przedsiębiorca oferuje jeden rodzaj usług telekomunikacyjnych - FVNO. Przedsiębiorca przekazał następujące wzorce umowne stosowane w obrocie z konsumentami:

- Regulamin świadczenia Abonentom usług telekomunikacyjnych przez Novanet Sp. z o.o. (*dowód: karty 41-46*),
- Regulamin świadczenia usługi FVNO dla Abonentów przez Novanet Sp. z o.o. (*dowód: karty 47-48*),
- Wyciąg z Cennika Promocyjnego Dla Nowych – Premium 19 (*dowód: karta 49*) obowiązującego od dnia 4 listopada 2016 r.,
- Cennik Promocyjny Dla Nowych – Bez Limitu (*dowód: karty 50-52*) obowiązującego od dnia 4 listopada 2016 r.,
- Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych (*dowód: karty 876-878*).

Na dzień 3 kwietnia 2017 r. Spółka świadczyła usługi telekomunikacyjne na rzecz [tajemnica przedsiębiorcy] konsumentów. Do kwietnia 2017 r. Spółka zawarła [tajemnica przedsiębiorcy] umów z konsumentami, z czego w [tajemnica przedsiębiorcy] przypadkach konsumenci odstąpili od umowy na podstawie ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, [tajemnica przedsiębiorcy] umów zostało rozwiązanych przez konsumentów, a [tajemnica przedsiębiorcy] umów zostało rozwiązanych przez Novanet z tytułu niemożności

świadczenia usług telekomunikacyjnych (*dowód: pismo Novanet z dnia 25 kwietnia 2017 r., karty 29-30*).

W piśmie z dnia 25 stycznia 2018 r. Spółka oświadczyła, że nie oferuje zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, a na dzień 11 stycznia 2018 r. świadczyła usługi telekomunikacyjne na rzecz *[tajemnica przedsiębiorcy]* konsumentów (*dowód: karty 1091-192*).

Zgodnie z informacją przekazaną w piśmie z dnia 28 października 2019 r. Spółka ostatnią umowę z konsumentem zawarła 17 lipca 2019 r., a ostatniego przeniesienia numeru od dotychczasowego operatora dokonała 12 sierpnia 2019 r. Na dzień 18 października 2019 r. Spółka świadczyła usługi telekomunikacyjne na rzecz *[tajemnica przedsiębiorcy]* konsumentów (*dowód: karty 1457-1460*), a na dzień 10 marca 2020 r. na rzecz *[tajemnica przedsiębiorcy]* konsumentów (*dowód: karta 1559*).

Współpraca Novanet z Partnerami Handlowymi

Oferta Przedsiębiorcy prezentowana jest konsumentom głównie za pośrednictwem rozmów telefonicznych. Usługi sprzedażowe na rzecz Przedsiębiorcy świadczone są przez podmioty zewnętrzne w imieniu i na rzecz Novanet na podstawie zawartych umów partnerstwa handlowego. W piśmie z dnia 25 kwietnia 2017 r. Spółka jako podmioty, które zawierały w jej imieniu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych wskazała *[tajemnica przedsiębiorcy]* (wcześniej *[tajemnica przedsiębiorcy]*) (dalej jako: „*[tajemnica przedsiębiorcy]*”), *[tajemnica przedsiębiorcy]* (dalej jako: „*[tajemnica przedsiębiorcy]*”) oraz *[tajemnica przedsiębiorcy]* (dalej jako: „*[tajemnica przedsiębiorcy]*”) (*dowód: karta 30*). Wszystkie te umowy zostały zawarte w oparciu o wzór umowy stosowany przez Spółkę (*dowód: karty 53-70*). Umowy partnerstwa handlowego zawarto 9 listopada 2016 r. z *[tajemnica przedsiębiorcy]* (*dowód: karty 1126-1160*) oraz z *[tajemnica przedsiębiorcy]* (*dowód: karty 1161-1193*). Z *[tajemnica przedsiębiorcy]* umowa partnerstwa handlowego została zawarta 1 grudnia 2016 r. (*dowód: karty 1093-1125*). § 1 pkt 1.1 ww. umów stanowi, że: „Nova Telecom Sp. z o.o. powierza niniejszym PARTNEROWI zawieranie w imieniu i na rachunek Nova Telecom Sp. z o.o. Umów o Świadczenie Usług Telekomunikacyjnych zwane dalej „Usługami” na zasadach określonych w niniejszej Umowie”. Zgodnie z § 2 pkt 2.1.1. ww. umów: „Do obowiązków PARTNERA należy w szczególności zawieranie w imieniu i na rzecz Nova Telecom Sp. z o.o. Umów o Świadczenie Usług Telekomunikacyjnych i innych usług w tym usług dodatkowych według wzoru określonego w załączniku nr 3, należyte przechowywanie dokumentacji dotyczącej podpisanych Umów o Świadczenie Usług Telekomunikacyjnych do momentu ostatecznego rozliczenia się z tych Umów z Nova Telecom Sp. z o.o. i udostępnianie jej Nova Telecom Sp. z o.o. na każde żądanie, jak również umożliwienie sprawdzenia dokumentacji ze stanem faktycznym w formie remanentu” (*dowód: karty: 1094, 1127, 1162*).

W ww. umowach zamieszczono także postanowienia dotyczące odpowiedniego przygotowania partnera do wykonania umowy, nakładając w tym zakresie określone obowiązki zarówno na partnera, jak i na Spółkę. I tak, Spółka zobowiązała się m.in. do przeszkolenia osób zatrudnionych przez partnera oraz jego podwykonawców, którym partner powierzy wykonywanie usług oraz zapewnienia pomocy w wykonywaniu usług. Spółka zastrzegła sobie także prawo do organizacji dodatkowych, obowiązkowych szkoleń uzupełniających dla partnera i autoryzowanych doradców handlowych, precyzując przy tym, że brak uczestnictwa w tych szkoleniach wiąże się z cofnięciem jej upoważnienia. Partner Spółki lub osoba przez niego wyznaczona do koordynacji sprzedaży i wykonywania usług określonych w umowie zostali z kolei zobowiązani do uczestniczenia w szkoleniu

początkowym oraz wszelkich szkoleniach uzupełniających, o ile takie będą wymagane przez Spółkę. Ponadto, w celu zapewnienia odpowiedniego standardu świadczonych usług, osiągnięcia zaplanowanych przychodów i podniesienia kwalifikacji osób wykonujących czynności powierzone partner zobowiązał się do organizowania szkoleń na swój koszt (*dowód: § 3 ust. 3.1.2 i 3.1.5, § 11 ust. 11.2 i 11.5 i § 2 ust. 2.5 umów partnerstwa handlowego zawartych przez Spółkę z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy] karty: 1096, 1102-1103, 1129, 1135-1136, 1164, 1170-1171*).

W umowach Spółka przyznała sobie również prawo do okresowego weryfikowania kwalifikacji osób świadczących usługi ze strony partnera pod względem kryteriów dotyczących jakości sprzedaży (np. osób dopuszczających się oszustw, osób których działania doprowadziły do zalegania z płatnościami przez abonentów, osób, których działalność powoduje reklamacje abonentów itp.). W przypadku niespełnienia kryteriów, Spółka może cofnąć tym osobom upoważnienie do wykonywania usług (*dowód: § 11 ust. 11.4 umów partnerstwa handlowego zawartych przez Spółkę z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy] karty: 1103, 1136, 1171*).

Partner ma także m.in. obowiązek promowania urządzeń i usług Spółki według zasad i w sposób określony przez Spółkę, przy czym Spółka powinna uprzednio się z nim skonsultować. Partner może prowadzić na własny koszt aktywną działalność promocyjną i reklamową usług Spółki, ale ostateczny projekt materiału reklamowego i założeń takiej działalności muszą być zatwierdzone przez Spółkę przed ich zastosowaniem (*dowód: § 2 ust. 2.1.6, § 10 ust. 10.1 i 10.2 umów partnerstwa handlowego zawartych przez Spółkę z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy] – karty: 1095, 1128, 1163, 1102, 1135, 1170*).

Umowy regulują ponadto zasady wynagradzania partnerów. Z zastrzeżeniem przewidzianych w nich wyjątków, za wykonanie usług partnerom przysługuje wynagrodzenie za każdą skutecznie zawartą z abonentem umowę o świadczenia usług telekomunikacyjnych. Spółka zastrzegła również, że dla uniknięcia wątpliwości Umowy o Świadczenie Usług Telekomunikacyjnych, od których Abonenci odstąpili są uznawane za niezawarte i nie podlegają rozliczeniom między stronami (*dowód: § 7 ust. 7.1 umów partnerstwa handlowego zawartych przez Spółkę z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy] – karty: 1100, 1133 i 1168*).

Zgodnie z umową, partner pozyskuje abonentów w oparciu o własne bazy danych potencjalnych klientów (*dowód: § 2 ust. 2.4 umów partnerstwa handlowego zawartych przez Spółkę z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy] – karty: 1096, 1129 i 1164*).

Do umów z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy] zostały dołączone załączniki dotyczące m.in. procedury sprzedaży, wzoru umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, zasad naliczania i wypłaty wynagrodzenia (provizji). Załącznik nr 2 do umowy partnerstwa handlowego zawartej z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy] stanowi – Procedura Sprzedaży (*dowód: karty 1108-1110, 1141-1143 oraz 1176-1178*). Zgodnie z treścią pkt 1 ww. załączników w trakcie realizacji procesu sprzedażowego partner zobowiązuje się do: działania etycznego w stosunku do potencjalnych abonentów Nova Telecom Sp. z o.o., działania zgodnego z prawem, rzetelnego, uczciwego i pełnego przedstawiania informacji dotyczących Spółki, przez co strony rozumieją w szczególności informowanie potencjalnych Abonentów, że oferta pochodzi od Spółki Nova Telecom Sp. z o.o. i wyraźne odróżnianie jej od ofert innych dostawców usług, zwłaszcza oferty

dotychczasowego dostawcy usług, sumiennego wypełniania dokumentacji, weryfikowania i analizowania jakości pracy wykonywanej przez zatrudniony (podległy) personel, terminowego dostarczania dokumentów zarówno do abonenta jak i do Spółki w szczególności bezwzględnego pozostawiania egzemplarza umowy u Abonenta, dbania o właściwy poziom wiedzy pracowników w zakresie prezentowanych ofert i promocji, dbania o kulturalne zachowanie i estetyczny wygląd pracowników reprezentujących Spółkę. Z kolei stosownie do pkt 3 ww. załączników Partner jest zobowiązany do przygotowania skryptu zawierającego: przywitanie, dokładne i jednoznaczne podanie nazwy Spółki tj. Nova Telecom Sp. z o.o., ustalenie czy rozmowa jest prowadzona z abonentem – osoba decyzyjną, przedstawienie prośby dotyczącej możliwości zaprezentowania oferty Nova Telecom Sp. z o.o., szczegółową prezentację oferty, rozmowę handlową, podsumowanie, pobranie danych niezbędnych do zawarcia umowy w tym w szczególności danych abonenckich oraz danych operatora, przygotowanie (umówienie dogodnego terminu) wizyty kuriera, poinformowanie potencjalnego abonenta o przysługującym mu terminie na odstąpienie od zawartej umowy, podziękowanie za rozmowę, pożegnanie.

Żadna z wyżej wymienionych umów nie zawierała załącznika nr 1 – Odpisy z KRS dotyczące Nova Telecom Sp. z o.o. oraz Partnera, kopia REGON i NIP, załącznika nr 3 – Tryb zawierania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych Wzór umowy abonenckiej wraz z opisem postępowania przy jej zawieraniu, załącznika nr 5 – Wykaz dokumentów przedstawionych przez klienta, potrzebnych do zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, załącznika nr 7 – Formularz zamówienia partnera na formularze, załącznika nr 13 – Protokół przekazania/zwrotu wyposażenia POS (*dowód: karty 1093-1193*). W piśmie z dnia 13 kwietnia 2018 r. Spółka wyjaśniła, że przekazane umowy są kompletne, a załączniki nr 1,5,7 oraz 13 nie były uzupełniane przez strony umów (*dowód: karta 1208*).

W piśmie z dnia 25 kwietnia 2017 r. Spółka wyjaśniła, że nie ingeruje w formę obsługi klienta przez podmioty zewnętrzne. Spółka nie posiada własnych materiałów szkoleniowych, które miałyby być udostępnione podmiotom wykonującym usługi na jej rzecz, co do sposobu pozyskiwania klientów i zakresu informacji im przekazywanych. Spółka oświadczyła, że podmioty te świadczą usługi jako profesjonaliści, a minimalne standardy działań partnerów handlowych określone są w załączniku do umowy pn. Procedura Sprzedaży (*dowód: karta 30*).

W piśmie z dnia 16 maja 2017 r. [*tajemnica przedsiębiorcy*] wyjaśnił, że nigdy nie otrzymywał od Spółki wytycznych i uwag dotyczących obsługi ani pozyskiwania klientów (*dowód: karta 465*).

Również [*tajemnica przedsiębiorcy*] w piśmie z dnia 16 maja 2017 r. wyjaśniło, że nie otrzymywało żadnych wytycznych dotyczących współpracy w zakresie pozyskiwania klientów, nie otrzymywało szkoleń dotyczących sposobu sprzedaży. Novanet nie wywierała wpływu na to, jak należy sprzedawać usługi telekomunikacyjne ani nie przekazywała scenariuszy rozmów ani skryptów (*dowód: karta 622*).

Oprócz powyżej wskazanych podmiotów współpracujących w zakresie zawierania i promowania usług telekomunikacyjnych Spółka współpracowała z [*tajemnica przedsiębiorcy*] oraz z [*tajemnica przedsiębiorcy*] (*dowód: karta 1209*).

[*tajemnica przedsiębiorcy*] na podstawie umowy z dnia 2 listopada 2016 r. udostępniała Spółce wydzieloną przestrzeń dyskową połączoną z PLI CBD na swoim serwerze (*dowód: karty 1210-1212*), na podstawie umowy z dnia 31 października 2016 r. udostępniała Spółce usługi telekomunikacyjne FVNO/MVNO (*dowód: karty 1213-1226*), zaś na podstawie umowy z dnia 2 listopada 2016 r. udostępniała Spółce numeracje (UDN) (*dowód: karty 1227-1231*).

Ponadto, na podstawie ustnej umowy [tajemnica przedsiębiorcy] jako większościowy udziałowiec Novanet zobowiązał się do zapewnienia świadczenia usługi posprzedażowej abonentów Spółki (dowód: karta 1209).

W piśmie z dnia 16 maja 2017 r. [tajemnica przedsiębiorcy] oświadczył, że zakończył współpracę z Novanet z powodu [tajemnica przedsiębiorcy] (dowód: karta 465 odwrot).

Również [tajemnica przedsiębiorcy] zakończyło współpracę ze Spółką z powodu [tajemnica przedsiębiorcy] (dowód: karta 622).

Zawieranie umów z konsumentami

Z umów partnerstwa handlowego zawartych przez Spółkę z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy], z [tajemnica przedsiębiorcy] wynika, że zawarcie umowy z konsumentem poprzedza rozmowa telefoniczna przeprowadzona przez konsultanta (telemarketera), będącego osobą współpracującą z partnerem Spółki. Celem takiej rozmowy jest między innymi pozyskanie danych abonenckich i danych dotychczasowego operatora potrzebnych do przygotowania umowy (dowód: karty 1109, 1142, 1177).

Spółka oświadczyła, że jej partnerzy handlowi nie nagrywali rozmów telefonicznych w trakcie których oferowane były jej usługi (dowód: karta 31).

[tajemnica przedsiębiorcy] wyjaśnił, że nie nagrywał rozmów z konsumentami ponieważ nie było takich wytycznych od Novanet. [tajemnica przedsiębiorcy] opisał proces zawierania umów z konsumentami (dowód: pismo [tajemnica przedsiębiorcy] z dnia 16 maja 2017 r., karty 465-466). Konsultant telefoniczny umawiał spotkanie z przedstawicielem handlowym (kurierem) jeżdżącym na danym obszarze i pytał, czy „jest zainteresowany zmianą operatora i tańszym abonentem firmy Novanet Sp. z o.o.”. Jeśli klient wyrażał zainteresowanie usługami telekomunikacyjnymi Novanet, to informacja taka trafiała do przedstawiciela handlowego działającego na danym obszarze, który kontaktował się z tym klientem w celu ustalenia terminu i godziny bezpośredniej wizyty w mieszkaniu klienta (dowód: karta 465). Umowa oraz niezbędne do jej zawarcia dane były wypełniane na miejscu w mieszkaniu klienta. Przedstawiciel handlowy informował klienta o najważniejszych opłatach dotyczących Novanet oraz o zaletach usługi, podkreślał korzyści i odpowiadał na pytania klienta. Po podpisaniu umowy wykonywany był telefon weryfikacyjny, aby sprawdzić, czy proces podpisania umowy przebiegł właściwie. Podczas telefonu weryfikacyjnego [tajemnica przedsiębiorcy] upewniał się:

- że klient ma informację, że umowa zawierana jest z Novanet,
- że klient otrzymał kopię dokumentów (umowę), potwierdzających fakt zawarcia umowy z Novanet,
- że klient został poinformowany o prawie odstąpienia od umowy w terminie 14 dni.

Gdy spełnione były te przesłanki, umowa wraz z nagraniem weryfikacyjnym była przekazywana Novanet. Na tej podstawie dokonywano rozliczeń pomiędzy [tajemnica przedsiębiorcy] a Novanet. Rozmowy weryfikacyjne stanowiły element sprzedaży i były stosowane w każdym przypadku (dowód: karta 465 odwrot).

Na podstawie wyjaśnień przekazanych przez Novanet i [tajemnica przedsiębiorcy] oraz na podstawie skarg i zawiadomień Prezes Urzędu ustalił, że proces zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez Spółkę składał się z następujących etapów:

1. pierwszy kontakt telefoniczny - rozmowa partnera handlowego z konsumentem wybranym z własnej bazy danych i umówienie wizyty w miejscu zamieszkania konsumenta;

2a. wizyta przedstawiciela handlowego (kuriera) podczas której konsument podpisuje umowę;

2b. drugi kontakt telefoniczny zainicjowany przez przedstawiciela handlowego (kuriera) – przez Novanet nazwana „rozmową powitalną”, a przez [tajemnica przedsiębiorcy] „rozmową weryfikacyjną” - kurier dzwoni do telemarketera i przekazuje rozmowę konsumentowi.

Na podstawie skarg i zawiadomień konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że podczas pierwszego kontaktu telefonicznego konsument nie uzyskuje jednoznacznych i jasnych informacji o tożsamości Spółki, czyli operatora, którego oferta jest prezentowana w trakcie rozmowy. W rozmowach konsultanci informują, że oferta dotyczy usług świadczonych przez dotychczasowego operatora i dotyczy obniżenia rachunku. Wniosek ten uzasadniony jest treścią skarg i zawiadomień przesyłanych do Prezesa Urzędu, m.in. o treści (pisownia oryginalna):

- „Dnia 10.02.2017 r. otrzymałam telefon z firmy telekomunikacyjnej przedstawiającej się za mojego dotychczasowego dostawcę (Netia) z ofertą poprawienia mojej dotychczasowej oferty, zmniejszenia rachunku telefonicznego oraz nielimitowane połączenia.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Zawierciu, sygn. RŁO-403-6(9)/17/MM (dowód: karta 279),

- „W dniu (...) otrzymałem telefon w sprawie przedłużenia umowy na usl. telekomunikacyjne umojego dotychczasowego operatora. Osoba, która kontaktowała się ze mną w tej sprawie podawała się za pracownika firmy Orange Polska, twierdząc, że chce obniżyć kwotę abonamentu na kwotę 29,90 zł” – pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-6(11)/17/MM (dowód: karta 295),

- „16.02.2017 r. miałem telefon w sprawie obniżenia abonamentu telefonu stacjonarnego. Osoba dzwoniąca do mnie, podała że jest w firmy „Orange” w którym jestem abonamentem. Więc się zgodziłem.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-6(11)/17/MM (dowód: karta 302),

- „Odebrałam tel. stacjonarny i dzwonił pracownik z ofertą, przedstawił się, iż dzwoni w imieniu Telekomunikacji, że obniżają mi abonament na tel. stacjonarny, powiedziałam, że posiadam także darmowe połączenia zagranicą, na co padła odpowiedź, iż w ramach abonamentu będę także mogła dzwonić na komórki. (...) Nie miałam pojęcia, że ktoś podszywa się pod Telekomunikację, myślałam, że jest to tylko zmiana taryfy w ramach tego samego operatora. Nie byłam świadoma tego, że „obniżenie kosztów” będzie się wiązało ze zmianą operatora.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-6(11)/17/MM (dowód: karta 310),

- „W połowie stycznia 2017 roku zadzwoniła do mnie firma Netia, z propozycją obniżenia abonamentu za usługi telekomun. Końcem stycznia zjawił się u mnie mężczyzna, który przedstawił się jako pracownik Netia. Pobieźnie przeanalizowałam treść umowy, skupiając się że umowa ma nazwę firmy Netia umieszczoną w treści umowy. Przekonana byłam, że zawieram umowę z firmą Netia” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-6(11)/17/MM (dowód: karta 317),

- „Proszę uprzejmie o udzielenie mi pomocy w następującej sprawie: środkiem lutego miałem chyba 3 telefony z jak się Pani przedstawiła firmy ORANGE, proponując obniżenie mi Abonamentu na telefon stacjonarny o połowę tj ok., 25zł, ze względu na długoletnią współpracę jako klient firmy ORANGE chyba ~8 lat, że przyśle do mnie Kurieraa, który

dostarczy mi nowa Umowę. Skoro moja Firma ORANGE chce mi obniżyć abonament to zgodziłem się na taką propozycję podpisując przesłaną mi Umowę.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-6(11)/17/MM (dowód: karta 329),

- „W dniu 24.02.2017 r. zawarłam ze spółką NOVA TELECOM poza lokalem przedsiębiorstwa umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych dla numeru abonenckiego (...). Zawarcie tej umowy poprzedzone było skierowaną do mnie rozmową telefoniczną, którą zainicjowała osoba przedstawiająca się jako pracownik spółki ORANGE POLSKA. Osoba ta dysponowała informacjami dotyczącymi szczegółów umowy zawartej ze spółką ORANGE POLSKA i zaproponowała mi - jako wieloletniemu abonentowi spółki ORANGE, zmniejszenie opłat abonamentowych, na co się zgodziłam.” – pismo konsumenta z dnia 10 maja 2017 r., sygn. RŁO-403-6(15)/17/MM (dowód: karta 341),

- „Po otrzymaniu telefonu, w którym pracownik oświadczył, że dzwoni z firmy „Orange”, w sprawie obniżenia płatności za abonament za telefon do kwoty 29,99 za to, że jesteśmy długoletnimi odbiorcami usług w Orange, dlatego otrzymuję zniżkę abonamentu do kwoty 29,99. (...) Kurier również oświadczył, że jest pracow. Orange.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Nowym Targu, sygn. RŁO-403-6(16)/17/MM (dowód: karta 385),

- „W dniu 27 lutego br. telefonicznie skontaktował się ze mną Państwa pracownik, podając się za pracownika mojego dotychczasowego operatora, tj. firmy Orange Polska S.A., jednocześnie oferując mi skorzystanie z Pakietu promocyjnego dotyczącego świadczenia usług telekomunikacyjnych dla posiadanego przeze mnie numeru telefonu: (...)” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Nowym Targu, sygn. RŁO-403-6(16)/17/MM (dowód: karta 400 odwrot),

- „Pod koniec grudnia otrzymałam telefon od przedstawiciela firmy Orange o obniżenie abonamentu gdyż Unia Europejska obniża abonamenty. Konsultant został poinformowany że mam umowę podpisaną do lipca 2017 r. Stwierdził, że to nie koliduje z obecną umową a ta oferta dotyczy obniżenia abonamentu. W trakcie rozmowy z właścicielem konsultant poinformował że zostanie obniżony abonament na kwotę 25 zł i zostanie wysłana umowa kurierem. którą trzeba tylko podpisać.” - pismo przekazane przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Mysłowicach, sygn. RŁO-403-6(19)/17/MM (dowód: karta 458),

- „Uchylam się od skutków prawnych umowy podpisanej pod wpływem nie prawdziwych informacji

- nie czytelny nagłówek

- przedstawiając się że z firmy Orange

- zła informacja zerwania umowy z firmą Orange

- poniesienia kosztów zerwania umowy z firmą Orange

- brak informacji o zmianie operatora

- umowa miała być zawarta na obniżenie abonamentu a nie przeniesieni do firmy Nova Telekom

- brak informacji o zmianie aparatu telefonicznego.” - pismo przekazane przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Mysłowicach, sygn. RŁO-403-6(19)/17/MM (dowód: karta 462),

- „W styczniu zadzwonił telefon była to Firma ORANGE. Niby że obniża abonament i zgodziłam się (...). Gdybym wiedziała że to nie firma ORANGE a NOVA TELECOM nie

podpisałabym umowy.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wieluniu, sygn. RŁO-403-6(21)/17/MM (dowód: karta 518),

- „Z początkiem stycznia 2017 r. zadzwoniono do mnie nie przedstawiając się, powiedziano mi że skończyła się umowa z firmą Orange, zaproponowano mi przedłużenie umowy z mniejszymi opłatami. Zgodziłam się myśląc, że zawieram umowę z firmą Orange. (...) Gdybym wiedziała, że jest to firma Nova Telecom, a nie Orange umowy tej bym nie podpisała.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wieluniu, sygn. RŁO-403-6(21)/17/MM (dowód: karta 554),

- „W dniu (...) zadzwoniła do mnie konsultantka z firmy telekomunikacyjnej. Z jej słów byłem przekonany, że dzwoni ona od mojego dotychczasowego operatora – Telekomunikacji NOVUM SA. Pani ta nie powiedziała mi, że chodzi o zmianę operatora, lecz jedynie o obniżenie abonamentu.” – pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wieluniu, sygn. RŁO-403-6(21)/17/MM (dowód: karta 583),

- „Podczas rozmowy telefonicznej w styczniu 2017 r. konsultant zaproponował obniżkę dotychczasowego abonamentu na kwotę 29,90 zł. Ja powiedziałam że jestem w NOVUM SA – konsultantka potwierdziła że tak i dlatego jest ta propozycja obniżenia abonamentu.” – fragment ankiety z dnia 26 maja 2017, sygn. RŁO-403-6(29)/17/MM (dowód: karta 673 odwrót),

- „W styczniu kończyła się umowa z Nowum z którą byłem 7 lat. Osoba która zadzwoniła do mnie o wszystkim wiedziała i zaproponowała że mam teraz możliwość aby obniżyć mi 10 zł bo mają z Uni nakaz obniżyć telefon. A dopiero później jak przyszedł rachunek to już się domyśliłam że to nie jest Nowum, a „Nowa” – i cena nie jest obniżona tylko opłata stała jest 29,90 ale rozmowy są naliczane osobno.” - fragment ankiety z dnia 30 maja 2017, sygn. RŁO-403-6(33)/17/MM (dowód: karta 712),

- „W lutym tego roku zadzwoniła do mnie osoba, która przedstawiła się jako pracownik spółki DIALOG z propozycją zmiany umowy i obniżenia abonamentu. Jestem osobą w starszym wieku (roku urodzenia: 1938), a moim jedynym źródłem dochody jest niezbyt wysoka emerytura, więc zgodziłam się na proponowaną zmianę umowy, która miała być dostarczona przesyłką kurierską.” - pismo konsumenta z dnia 25 maja 2017 r., sygn. RŁO-403-6(36)/17/MM (dowód: karta 718),

- „Jestem osoba starszą mam 90 lat. (...) odebrałam telefon z firmy telekom i zostałam poinformowana o potrzebie podpisania nowej umowy na usługi. Ze słów osoby z którą rozmawiałam zrozumiałam że jest przedstawicielem ORANGE POLSKA S.A.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-06(45)/17/MM (dowód: karta 765),

- „W dn. 12.01.2017 r. padłam ofiarą oszustwa telekomunikacyjnego. Podpisałam umowę z firmą NOVA-NET na 24 m-ce i obniżenie abonamentu telefonicznego o 30 zł. Byłam przekonana, że to operator NETII (za takiego się podawał) przedstawia mi korzystniejsze warunki umowy i umawia mnie z przedstawicielem w domu.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wieluniu, sygn. RŁO-403-6(55)/17/MM (dowód: karta 765),

- „Konsultant przedstawił się jako pracownik firmy NETIA.” - fragment ankiety z dnia 7 czerwca 2017, sygn. RŁO-403-6(55)/17/MM (dowód: karta 956 odwrót),

- „Dnia 13 stycznia b.r. zadzwonił telefon i Pani uprzejmym głosem przedstawiła się, że dzwoni z firmy Orange i proponuje mi obniżenie abonamentu o 20 zł z tytułu mojej długiej umowy jaką zawarłam z firmą. Poczułam się mile zaskoczona, że takie warunki zostały mi

zaproponowane i się zgodziłam.” – pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Zawierciu, sygn. RŁO-403-6(56)/17/MM (dowód: karta 963),

- „Na początku br. kończyła mi sieumowa na telefon stacjonarny nr (.....) i w tej sprawie otrzymałem kilka telefonów o przedłużenie umowy, Dotychczasowa umowa zawarta była z orange. Postanowiłem że przedłuże umowę i poprosiłem Panią która prowadziła ze mną rozmowę o przesłanie nowej umowy w celu jej przedłużenia. Jednocześnie rozmówczynie zawsze mówiła że reprezentuje orange i dodatkowo o znacznym obniżeniu kosztów za telefon.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wieluniu, sygn. RŁO-403-6(63)/17/MM (dowód: karta 1035),

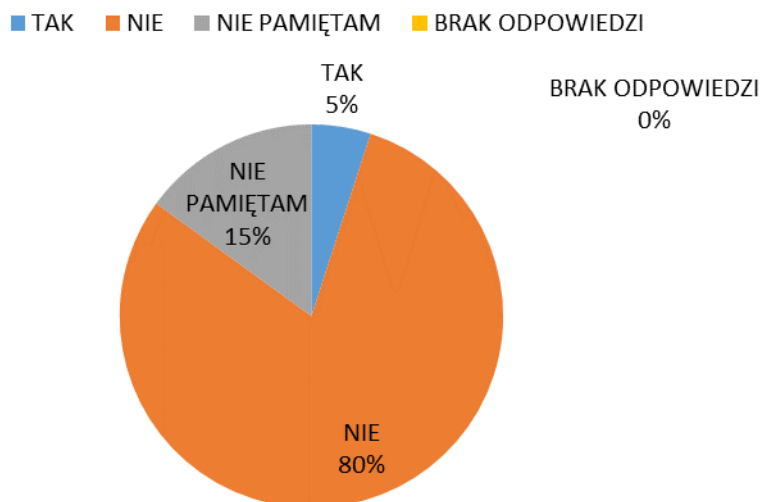
- „W dniu 24 stycznia 2017 roku na mój numer stacjonarny zadzwoniła osoba podająca się za przedstawiciela NETIA S.A. z którą dotychczas miałam podpisaną umowę świadczenie usług telekomunikacyjnych. Dzwoniąca zaproponowała mi zmianę warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na korzystniejsze niż do tej pory. Gdy wyraziłam na to zgodę zostałam poinformowana, że umowa w wersji papierowej zostanie dostarczona przez kuriera. (...) Na moje pytanie, czy stroną jest spółka NETIA S.A. kurier udzielił odpowiedzi twierdzącej. Nadto, również tekst umowy został ukształtowany w ten sposób, by wzbudzić w czytelniku wrażenie, iż stroną tejże umowy jest NETIA S.A. Powyższe pozwala sądzić, iż całość Państwa działań była zamierzona, a zatem, że w błąd zostałam wprowadzona podstępem. (...) Jednocześnie gdybym była świadoma, że zawieram umowę z podmiotem innym niż NETIA S.A. nie podpisałabym jej.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Zduńskiej Woli, sygn. RŁO-80-22(1)/17/MM (dowód: karta 1257),

- „W dniu 2017-01-20 zawarłam umowę o świadczeniu usług telekomunikacyjnych nr (...) z firmą Nova Telecom, będąc przekonaną, że firma Orange Polska S.A. obniża mi abonament. (...) Kilkakrotnie potwierdzano, że jest to firma Orange Polska S.A. (...) Mam świadka przy którym Pan z firmy nova telecom stwierdził, że jest to firma orange.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Zawierciu, sygn. RŁO-80-39(1)/17/MM (dowód: karty 1272-1273).

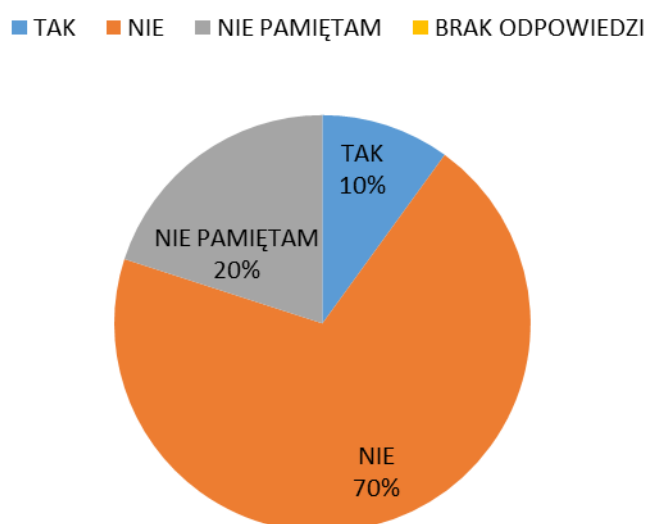
We wszystkich 16 pismach otrzymanych bezpośrednio od konsumentów pojawił się zarzut wprowadzenia przez Novanet w błąd co do tożsamości operatora z którym zawierają umowę (dowód: karta 1568). Z kolei spośród 72 skarg konsumenckich przekazanych przez rzeczników konsumentów, zarzut wprowadzenia w błąd co do tożsamości operatora pojawił się w 55 pismach, a spośród 5 skarg przekazanych przez Urząd Komunikacji Elektronicznej (ilość ta obejmuje tylko skargi, które nie dublowały się z przekazanymi bezpośrednio do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ani z przekazanymi przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Ostrzeszowie) zarzut ten pojawił się we wszystkich pismach (dowód: karty 1569 – 1571).

Poniżej znajdują się wyniki odpowiedzi konsumentów na niektóre z pytań dotyczących pierwszej rozmowy telefonicznej, podczas której była przedstawiana oferta Spółki, zawartych w przygotowanych przez Prezesa Urzędu ankietach dla konsumentów, którzy zwrócili się o pomoc do powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów. Tytuł każdego z wykresów ma taką samą treść, jak poszczególne pytania zawarte w ankiecie.

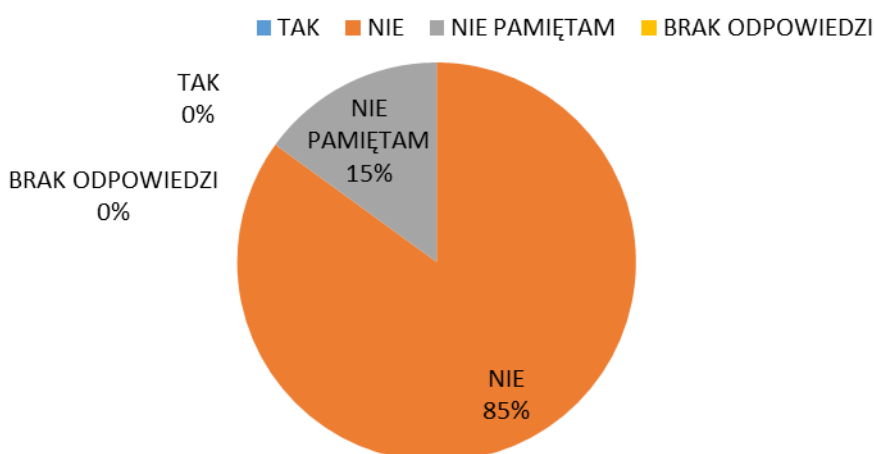
Konsultant poinformował mnie, że reprezentuje Novanet Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie



Konsultant poinformował mnie, że jego telefon ma na celu umówienie spotkania z przedstawicielem Novanet Sp. z o.o.



Konsultant poinformował mnie, że umówienie spotkania z przedstawicielem Novanet Sp. z o.o. ma na celu szczegółowe przedstawienie oferty Novanet Sp. z o.o. i ewentualne podpisanie umowy abonenckiej z Novanet Sp. z o.o.



(dowód: karty 1579-1580)

Konsumenci wskazali ponadto, że rozmowy telemarketingowe były krótkie. 60% konsumentów, którzy wypełnili ww. ankietę wskazało na czas trwania rozmowy nie dłuższy niż 5 minut (dowód: karta 1574).

Wizyta przedstawiciela (kuriera)

Jak już wskazano wcześniej, zawierając umowy z konsumentami Spółka korzysta z usług swoich partnerów handlowych. Na podstawie zawartych umów partnerstwa handlowego partnerzy mogą zatrudniać odpowiedni personel do wykonania w imieniu Spółki czynności przewidzianych w tych umowach. Poza konsultantami partnerzy Spółki współpracują z osobami, którzy dostarczają konsumentom dokumenty niezbędne do zawarcia umowy i którzy zawierają w imieniu Spółki umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. [tajemnica przedsiębiorcy] określa te osoby jako przedstawicieli handlowych lub kurierów.

[tajemnica przedsiębiorcy] wyjaśnił że przedstawiciel handlowy na miejscu w mieszkaniu konsumenta wypełniał umowę oraz niezbędne dane do jej zawarcia, informował konsumentów o najważniejszych opłatach dotyczących usług, mówił o zaletach usługi, podkreślał korzyści i odpowiadał na pytania klienta (dowód: karta 465 i 465 odwrót).

Prezes Urzędu ustalił na podstawie otrzymanych skarg i zawiadomień, że rozmowy kurierów z konsumentami w trakcie wizyt, podczas których dochodzi do zawarcia ww. umów mają określony przebieg. W trakcie wizyty rola kuriera ogranicza się najczęściej do okazania konsumentowi dokumentów umownych do podpisu i wskazania miejsc, w których konsument powinien złożyć podpisy. Firma dotychczasowego operatora konsumenta jest wpisana na

pierwszej stronie przedkładanej konsumentowi do podpisu umowy (pozycja: dotychczasowy operator), z reguły większą lub wyróżnioną czcionką.

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

Ww. ustalenia dotyczące schematu działań kurierów wynikają z informacji zawartych w otrzymanych przez Prezesa Urzędu skargach i pismach konsumentów oraz powiatowych (miejskich) rzeczników konsumentów, w których podkreślono m.in. (pisownia oryginalna):

- „*W dniu 15.02.2017 pod moim domem pojawił się kurier, któremu powiedziałem, że nie podpiszę nic bez przeczytania umowy, po czym on stwierdził, że bardzo się śpieszy i nie ma czasu czekać aż pójdę po okulary. Pytałem czy na pewno jest pan kurierem z firmy Orange na co on szedł w zaparte, że owszem jest kurierem z firmy Orange, pokazał to nawet na druku umowy (...) Umowa została wypełniona na szybko można powiedzieć „na kolanie”, bo kurierowi bardzo się śpieszyło.*” – pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Zawierciu, sygn. RŁO-403-6(10)/17/MM (dowód: karta 295),

- „*Zgodnie z zapowiedzią kurier przywiózł dokumenty i poprosił dowód osobisty męża, oświadczyłam, że go nie posiadam, kazał dać mi wtedy mój dowód osobisty, na umowie skreślił imię i nazwisko męża, wpisał moje dane oraz mój pesel i kazał mi podpisać na dole umowy we wskazanym miejscu. Po podpisaniu dokumentów wykonał telefon do „kogoś” – kurier powiedział, że to właściciel firmy, który zapytał mnie czy jestem zadowolona z kuriera i czy zostałam dobrze obsłużona.*” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Zawierciu, sygn. RŁO-403-6(10)/17/MM (dowód: karta 310),

- „*Po około godzinie przyjechał kurier z umową do podpisu. Bardzo się śpieszył, nie przedstawił się, powołał się tylko na wcześniejszy telefon i rozmowę z konsultantką.*” – pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wieluniu, sygn. RŁO-403-6(21)/17/MM (dowód: karta 583),

- „*Na stojąco kurierowi umowę podpisałam, bo mnie prosił o pośpiech bo się bardzo śpieszył w drogę, bo już była ok. godz 16.00, a był podobno z Wrocławia.*” – fragment ankiety z dnia 31 maja 2017 r., sygn. RŁO-403-06(30)17/MM (dowód: karta 676 odwrot),

- „*W dniu 17.02.2017 r. przyszła do mnie osoba z nową umową do podpisania. Jestem osobą słabo widzącą, mieszkam sama i nie miał mi kto przeczytać tej umowy która była napisana drobnym pismem, zostałam tylko poinformowana gdzie mam podpisać, zauważyłam jedynie większe litery ORANGE POLSKA*” – pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-6(45)/17/MM (dowód: karta 765),

- „*Umowę przywiózł kurier i kazał podpisać, zostawił jeden egzemplarz umowy i nic więcej, gdy zapytałam czy to jest z Netii odpowiedział, że on nie wie, ma tylko dostarczyć umowę*” – fragment ankiety z dnia 20 czerwca 2017 r., sygn. RŁO-403-06(47)17/MM (dowód: karta 841 odwrot),

- „*Przedstawiciel o niczym nie informował tylko kazał podpisać dokumenty.*” – fragment ankiety z dnia 14 czerwca 2017 r., sygn. RŁO-403-06(55)17/MM (dowód: karta 960 odwrot),

- „Kurier przywożący umowę na piśmie nie czekał, aż przeczytam warunki umowy, bo on tylko dostarczał przesyłkę. Poprosił o dowód osobisty, sprawdził PESEL i zostawił 3 arkusze umowy.” - pismo konsumenta z dnia 26 lutego 2017 r., sygn. RŁO-80-23(1)/17/MM (dowód: karta 1261),

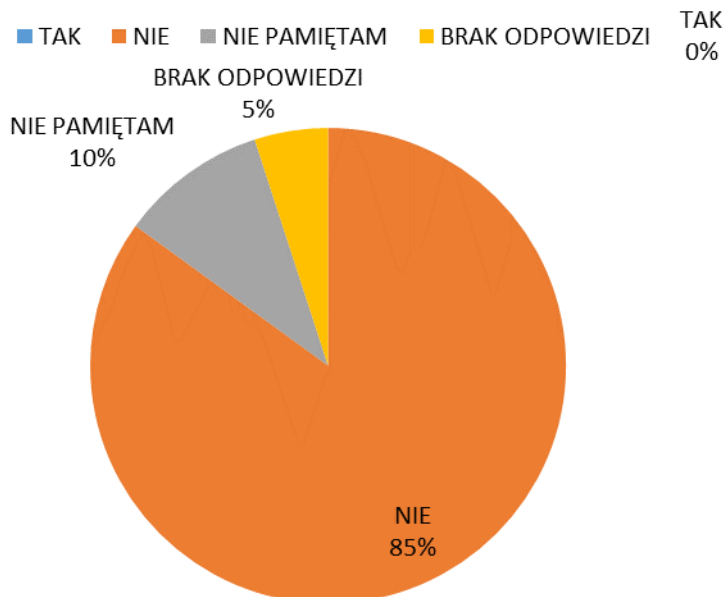
- „Kurier przybył z umową, prosi o szybki podpis bo się bardzo spieszy.” - pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Zawierciu, sygn. RŁO-83-09(1)/17/MM (dowód: karta 1304),

- „Kurier, który przywiózł umowę mówił, że mu się spieszy, nie miał czasu nawet wejść na posesję tylko przez płot podał mi dokumenty do podpisania i chciał okazania dowodu osobistego. Kurier nie zostawił kopii wszystkich podpisanych dokumentów i nie pouczył mnie o prawie do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorcy i na odległość.” - pismo konsumenta z dnia 20 marca 2017 r., sygn. RŁO-80-47(1)/17/MM (dowód: karta 1329).

Również nagrania rozmów, które Novanet określiła mianem „rozmów powitalnych”, zaś [tajemnica przedsiębiorcy] określił je jako „rozmowy weryfikacyjne” wskazują, że osoba doręczająca dokumenty do podpisu dla konsumentów do ich miejsca zamieszkania pełni jedynie rolę kuriera (dowód: płyta CD załączona do pisma Novanet z dnia 28 października 2019 r., karta 1477a). W każdej z tych rozmów pada pytanie konsultanta „Jak ocenia Pan/Pani pracę naszego kuriera” W jednej z rozmów odpowiedź na to zapytanie brzmi: „No proszę Pana... cóż ja mogę? Wpadł, załatwił sprawę szybko i dziękuję bardzo.” (dowód: karta 1477a, rozmowa 20170425172211-182670062).

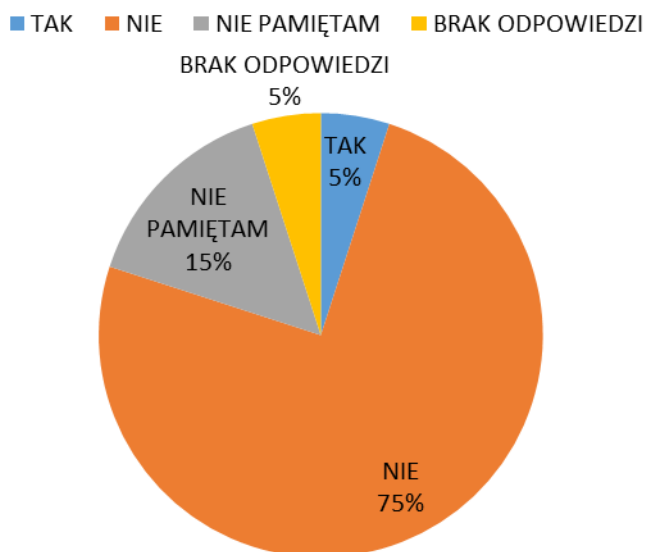
Poniżej znajdują się wyniki odpowiedzi konsumentów na pytania zawarte w przygotowanych przez Prezesa Urzędu ankietach dla konsumentów, którzy zwrócili się o pomoc do powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów, dotyczące wizyty przedstawiciela, z których wynika, że rolą kurierów było przekazywanie konsumentom dokumentów do podpisu, a nie przekazywanie jakichkolwiek informacji. Przede wszystkim konsumenci nie byli informowani, iż zawierają umowę z nowym operatorem. Tytuł każdego z wykresów ma taką samą treść jak poszczególne pytania zawarte w ankiecie.

Przedstawiciel poinformował mnie, że reprezentuje Novanet Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie



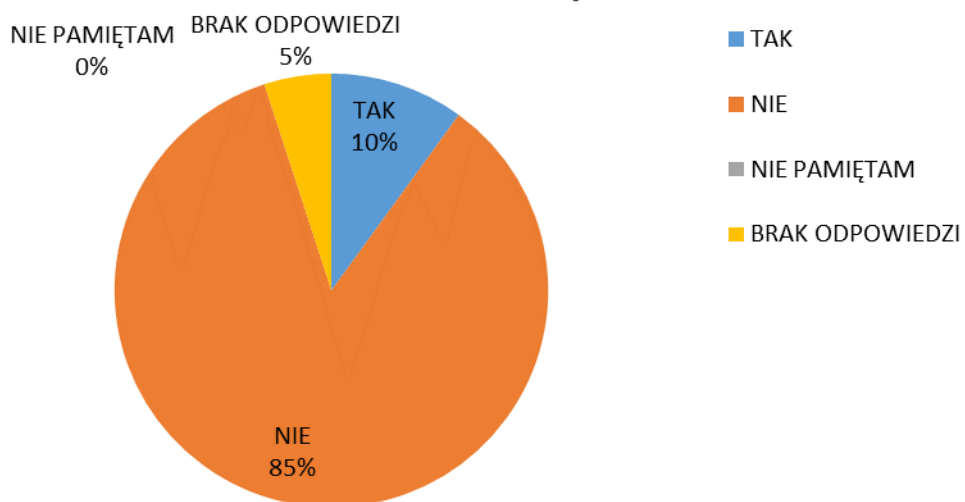
(dowód: karta 1583)

Przedstawiciel poinformował mnie, że jego wizyta ma na celu zawarcie umowy z Novanet Sp. z o.o.



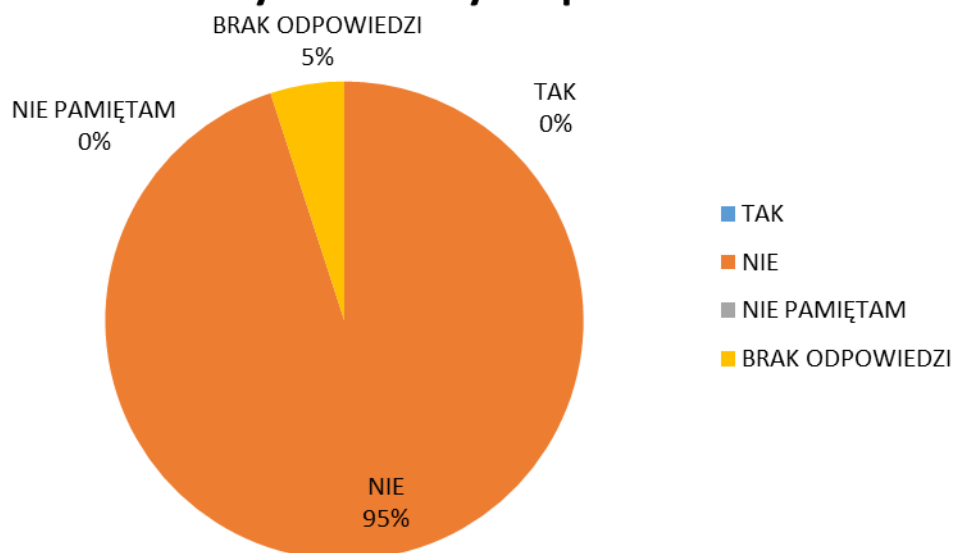
(dowód: karta 1585)

**Przedstawiciel przedstawił mi aktualną ofertę
Novanet Sp. z o.o., ze szczególnym
uwzględnieniem charakteru pobieranych opłat i
sposobu ich naliczania (opłata abonamentowa,
opłata za pakiet minut, opłata za usługi
dodatkowe)**



(dowód: karta 1587)

Przedstawiciel poinformował mnie, że warunkiem skorzystania z usług Novanet Sp. z o.o. jest rozwiązanie przeze mnie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z moim dotychczasowym operatorem



(dowód: karta 1588)

W ankietach przygotowanych przez Prezesa Urzędu 40% konsumentów wskazało na czas trwania wizyty kuriera mniejszy lub równy 5 minut, 25% wskazało czas w przedziale 6-10 minut, 10% wskazało czas powyżej 10 minut, a 25% konsumentów nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie (dowód: karta 1577).

Firma dotychczasowego operatora konsumenta jest wpisana na pierwszej stronie przedkładanej konsumentowi do podpisu umowy (pozycja: dotychczasowy operator), z reguły większą lub wyróżnioną czcionką (dowód: karty 280, 296, 303, 311, 317 odwrót, 329 odwrót, 343, 348, 356, 383 odwrót, 389 odwrót, 398 odwrót, 437, 441, 504, 519, 539 odwrót, 555, 568, 584, 604, 670,679, 719, 724, 760 odwrót, 766, 773, 778, 789 odwrót, 818, 888, 898, 914, 964, 987, 1005, 1029, 1047, 1236, 1241, 1251, 1310,1316, 1317, 1318, 1319, 1320, 1321, 1324, 1338, 1343, 1351, 1364, 1488, 1528, 1539, 1552).

Rozmowa weryfikacyjna (powitalna)

W piśmie z dnia 16 maja 2017 r. [tajemnica przedsiębiorcy] – jeden z partnerów handlowych Spółki – wskazał że po podpisaniu przez konsumenta umowy wykonywany był telefon weryfikacyjny (dowód: karta 465 odwrót). [tajemnica przedsiębiorcy] wyjaśnił, że rozmowa miała na celu sprawdzenie, czy proces podpisania umowy przebiegł właściwie. Zgodnie z wyjaśnieniami [tajemnica przedsiębiorcy], konsultant upewniał się, czy klient ma informację, że umowa zawierana jest z Novanet, czy otrzymał kopię dokumentów (umowę), potwierdzających fakt zawarcia umowy z Novanet, czy został poinformowany o prawie odstąpienia od umowy w terminie 14 dni. Jak wyjaśnił [tajemnica przedsiębiorcy], rozmowy

weryfikacyjne stanowiły element sprzedaży i były stosowane w każdym przypadku (*dowód: karta 465 odwrót*).

Novanet do pisma z dnia 28 października 2019 r. załączyła płytę CD z nagraniami rozmów (*dowód: karta 1477a*), które określa jako „rozmowy powitalne”. Z analizy załączonych nagrań wynika, że rozmowa taka jest inicjowana przez przedstawiciela (kuriera). Podaje on konsultantowi swój kod oraz numeru telefonu konsumenta, a następnie przekazuje aparat telefoniczny konsumentowi. Analiza przekazanych nagrań wskazuje, że rozmowa telemarketera z konsumentem miała następujący przebieg (*opracowane na podstawie 5 rozmów*):

„Dzień dobry, (imię i nazwisko konsultanta) Nova Telecom z tej strony. Informuję, że rozmowa jest rejestrowana. W celu weryfikacji proszę o podanie imienia i nazwiska. ... Jaka to jest miejscowość? ... Rozumiem, że podpisał Pan/Pani umowę na promocyjny abonament? ... Czy kurier zostawił jeden egzemplarz umowy? ... Nadmieniam, że ma Pan/Pani 14 dni na odstąpienie od umowy. Na koniec proszę mi powiedzieć, jak ocenia Pan/Pani pracę naszego kuriera, dobrze, czy źle.”

(*dowód: karta 1477a, rozmowy: 20170425172220-774189979; 20170425172220-774187062; 20170425172220-774185524; 20170425172220-774184043; 20170425172219-774181322*).

W piśmie z dnia 28 października 2019 r. Novanet wskazała, że z treści nagrań wynika jasno i wyraźnie:

1. z jakim przedsiębiorcą zawarta została umowa – w rozmowie pada pełna nazwa Spółki będącej stroną umowy – usługodawcą – Novanet Sp. z o.o. lub Nova Telecom Sp. z o.o.,
2. czego dotyczy zawarta umowa – w rozmowie jest mowa o świadczeniu usług telekomunikacyjnych,
3. pouczenie klienta o prawie do odstąpienia od zawartej umowy w terminie 14 dni,
4. potwierdzenie przez klienta otrzymania kompletu dokumentów umownych – konsument potwierdza w rozmowie pozostawienie egzemplarza umowy w jego domu,
5. pozytywną pracę przedstawiciela.

Spółka wyjaśniła, że treść załączonych nagrań przeczy prawdziwości zarzutów stawianych przez Prezesa Urzędu. Spółka nie oferowała swych usług podając się za dotychczasowego operatora – z rozmów wynika, iż podawała swoją pełną nazwę - firmę w ówczesnym brzmieniu (*dowód: karta 1460*).

Podczas rozmowy weryfikacyjnej nazwa Spółki pada tylko raz - na początku wraz z imieniem i nazwiskiem konsultanta. Konsultant pyta konsumenta, czy podpisał umowę na promocyjny abonament, czy kurier zostawił jeden egzemplarz umowy, informuje, że konsument ma 14 dni na odstąpienie od umowy oraz pyta o ocenę pracy kuriera. Za każdym razem, kiedy konsument chce o coś zapytać lub zgłasza jakiegokolwiek wątpliwości konsultant natychmiast mu przerywa informując, że on tylko sprawdza pracę kuriera (por. transkrypcje poniżej; *dowód: karta 1477a, rozmowy: 20170425172220-774181981, 20170425172219-774141423, 20170309135256-897673249*). Należy również podkreślić, że rozmowa weryfikacyjna ma miejsce już po podpisaniu umowy, nie ma zatem związku pomiędzy rozmową weryfikacyjną a praktykami Spółki mającymi miejsce jeszcze przed podpisaniem umowy, jak również nie dotyczy ona praktyki dotyczącej obciążania konsumentów opłatami za niezamówione usługi dodatkowe.

Co ważne, na stosowanych przez Przedsiębiorcę wzorcach umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych nie ma logo Spółki, jej nazwa i dane są napisane małą czcionką (*dowód: karta 876*). Analiza kopii umów, które zostały przekazane Prezesowi Urzędu wskazuje, że nazwa dotychczasowego operatora jest napisana większą czcionką i znajduje się w bardziej widocznym miejscu, niemal na środku strony. Należy przy tym wskazać, że umowy zawierane w imieniu Przedsiębiorcy były wypełniane i drukowane wraz z uzupełnionymi danymi konsumenta jeszcze przed ich dostarczeniem, jedynie numer PESEL był wpisywany odręcznie w chwili doręczenia umowy konsumentowi (*dowód: karty 280, 296, 303, 311, 317 odwrót, 329 odwrót, 343, 348, 356, 383 odwrót, 389 odwrót, 398 odwrót, 437, 441, 504, 519, 539 odwrót, 555, 568, 584, 604, 670, 679, 719, 724, 760 odwrót, 766, 773, 778, 789 odwrót, 818, 888, 898, 914, 964, 987, 1005, 1029, 1047, 1236, 1241, 1251, 1310, 1316, 1317, 1318, 1319, 1320, 1321, 1324, 1338, 1343, 1351, 1364, 1488, 1528, 1539, 1552*). Poniżej znajduje się skan pierwszej strony przykładowej umowy zawartej między konsumentem a Spółką. Widoczna jest na nim dysproporcja między wielkością czcionki, którą napisano nazwę Spółki (lewy górny róg umowy), a wielkością czcionki, którą napisano nazwę dotychczasowego operatora.

UMOWA O ŚWIADCZENIE USŁUG TELEKOMUNIKACYJNYCH		
1.1 Numer umowy	003	3.1 Data Rok 2016 Miesiąc 12 Dzień 29
2.1 Miejsce Zawarcia		
<p>POMIĘDZY: NOVA TELECOM Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie i adresem: ul. Górczewska 47 (01-401 Warszawa), wpisaną do rejestru przedsiębiorców w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, nr KRS 0000590705, Regon 363207487, NIP 522-304-79-23 wysokość kapitału zakładowego: 5.000 zł (słownie: pięć tysięcy złotych) opłacony w całości, reprezentowaną przez Pełnomocnika, zwaną dalej NOVA, a ABONENTEM:</p>		
4.1 DANE IDENTYFIKACYJNE OSOBY FIZYCZNEJ / PODMIOTU GOSPODARCZEGO		
Imię i Nazwisko		
PESEL	511001	PESEL Współmałżonka*
Nazwa firmy		NIP
Organ dokonujący wpisu		
REGON		NR KRS
* W odniesieniu do osób fizycznych NIP/PESEL współmałżonka podawany za zgodą Abonenta		
5.1 DANE ADRESOWE		
Miejscowość	Kod pocztowy	Poczta
Ulica		Nr domu Nr. lokalu
6.1 ADRES DO KÓRESPONDENCJI		
Miejscowość	Kod pocztowy	Poczta
Ulica		Nr domu Nr. lokalu
7.1 ADRES INSTALACJI		
Miejscowość	Kod pocztowy	Poczta
Ulica		Nr domu Nr. lokalu
Osoba kontaktowa	Telefon	E-mail
Umowa niniejsza określa prawa i obowiązki Stron oraz zakres usług telekomunikacyjnych świadczonych przez NOVA TELECOM Sp. z o.o. na rzecz Abonenta („Usługi”). Operator zobowiązuje się do świadczenia na rzecz Abonenta następujących Usług:		
8.1 Świadczone usługi telekomunikacyjne:	9.1 Umowa zawarta na czas:	10.1 Dotychczasowy Operator
<input checked="" type="checkbox"/> Usługa SIM /Cennik Promocyjny/Plan Taryfowy	<input type="checkbox"/> 12 miesięcy	TELESTRADA S.A.
CENNIK PROMOCYJNY DLA NOWYCH - BEZ LIMITU WARIANT 2	<input checked="" type="checkbox"/> 24 miesiące	UL. PUŁAWSKA 182
<input checked="" type="checkbox"/> Usługa dodatkowa określona w dziale III Umowy zapewniająca pokrycie zobowiązań Abonenta	<input type="checkbox"/> inny:	02-670 WARSZAWA
		11.1 Numer Abonencki docelowy
		12.1 Numer Abonencki tymczasowy
		będzie przesłany wraz z kartą SIM lub/i urządzeniem abonenckim.

W niektórych skargach i zawiadomieniach konsumentkich było wskazane, że nazwa dotychczasowego operatora na umowie potwierdzała ich przekonanie o tym, że podpisywana umowa stanowi jedynie zmianę warunków umowy z dotychczasowym operatorem. W ww. pismach wskazano m.in.:

- „(...) jak zobaczyłem Umowę zobaczyłem dużymi literami napis

ORANGE POLSKA SA

AL. JEROZOLIMSKIE 160

02-326 WARSZAWA

To byłem już pewny że Mam do czynienia z moją Firmą ORANGE i podpisałem tę Umowę dnia 17.02.2017r . Później już dlatego nie zaglądnąłem na tę Umowę, aż do momentu telefonu z mojej Firmy ORANGE bo dzwoniła Pani tym razem rzeczywiście z mojej Firmy ORANGE z zapytaniem czy ja zrezygnowałem z Umowy na telefon stacjonarny . Ja mówię Jej że owszem podpisywałem umowę, ale z moją firmą ORANGE. Niestety dowiedziałem się od niej że podpisałem Umowę z jakąś firmą/ długo jej szukałem na Umowie /

NOVA TELECOM Sp..z o.o z siedzibą w Warszawie

Widać tę różnicę – wyraźnie na Umowie . więc mając już 90lat i niedyspozycję cielesną i niestety nie ten wzrok , rzucił mi się w oczy napis ORANGE czyli znak mojej Firmy”– pismo konsumenta przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-6(11)/17/MM (dowód: karta 329),

- *„Nie zagłębiałam się w treść umowy, gdyż byłam przekonana, iż jest to aneks do wcześniejszej umowy zawartej ze spółką ORANGE, tym bardziej, że na pierwszej stronie tej umowy dużym drukiem wskazano spółkę ORANGE POLSKA (...)” – pismo konsumenta z dnia 10 maja 2017 r., sygn. RŁO-403-6(15)/17/MM (dowód: karta 341),*

- *„Jestem osobą słabo widzącą, mieszkam sama i nie miał mi kto przeczytać tej umowy która była napisana drobnym pismem, zostałam tylko poinformowana gdzie mam podpisać, zauważyłam jedynie większe litery ORANGE POLSKA” - pismo konsumenta przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-6(45)/17/MM (dowód: karta 765),*

- *„Kilka dni później, 21 lutego 2017 r. przyjechał do mnie kurier z umowami, których nie przeczytałem, gdyż na pierwszej stronie dużym drukiem zapisano w nich dużymi literami: Telefonía DIALOG sp. z o.o. (...), więc umowa nie wzbudziła moich podejrzeń i ją podpisałem.” – skarga konsumenta z dnia 9 czerwca 2017 r., sygn. RŁO-403-06(46)/1/MM (dowód: karta 789),*

- *„(...) uchylam się od skutków prawnych w/w umowy, gdyż została ona podpisana pod wpływem przekazania mi nieprawdziwych informacji oraz świadomej manipulacji ze strony Państwa firmy. Działanie, które mam na myśli to m.in. wygląd druku umowy, gdzie dużymi literami wyeksponowany jest napis Orange Polska, a nazwa operatora, którego ona dotyczy tj. Państwa spółki, jest niezauważalna, nadrukowana powyżej mała czcionką.” - pismo konsumenta przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów we Włocławku, sygn. RŁO-403-06(54)/17/MM (dowód: karta 911),*

- *„W przedłożonej umowie, nazwanej „aneksem” nazwa „NOVA TELECOM Sp. zo.o.” została podana małym drukiem natomiast znacznie bardziej wyeksponowane były dane dotychczasowego usługodawcy NETIA.” - pismo konsumenta przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumenta w Wieluniu, sygn. RŁO-403-06(55)/17/MM (dowód: karta 935),*

- *„Nazwa usługodawcy „NOVA TELECOM sp. z o.o.” została podawana małym drukiem, a znacznie bardziej wyeksponowane zostały moje dane – konsumenta oraz dotychczasowego usługodawcy – NETIA S.A.” – pismo konsumenta z dnia 19 maja 2017 r., sygn. RŁO-403-06(59)/17/MM (dowód: karta 989),*

- „Ponieważ jestem chora na zaćmę i słabo widząca dopiero przy użyciu szkła powiększającego i ze wskazówkami konsultantki dopatryłam się na umowie nazwy firmy Nova Telecom. Wcześniej widziałam wyraźnie tylko nazwę dotychczasowej firmy Novum S.A. na pierwszej stronie umowy, dlatego że litery są drukowane i duże.” - pismo konsumenta z dnia 16 sierpnia 2017 r., sygn. RŁO-403-06(61)/17/MM (dowód: karta 1015),

- „Kurier po przybyciu wręczył mi umowę poprosił o nr PESEL który wpisał do umowy nie informując od kogo jest ta umowa. Ja się też nie dopytywałem ponieważ jak spojrzałem na pierwszą stronę to jedno co mi się rzuciło w oczy wśród wielu małych liter to wyraźne logo i znka graficzny Netii mojego dotychczasowego operatora.” – skarga konsumenta z dnia 10 lutego 2017 r., sygn. RŁO-80-13(1)/17/MM (dowód: karta 1235),

- „Następnie 26 stycznia 2017 roku kurier dostarczył wspomnianą umowę na mój adres zamieszkania. Na moje pytanie, czy stroną zawieranej umowy jest spółka NETIA S.A. kurier udzielił odpowiedzi twierdzącej. Nadto, również tekst umowy został ukształtowany w ten sposób, by wzbudzić w czytelniku wrażenie, iż stroną tejże umowy jest NETIA S.A.” - pismo konsumenta przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Zduńskiej Woli, sygn. RŁO-80-22(1)/17/MM (dowód: karta 1257),

- „Dodatkowo Państwa umowa w sposób graficzny wprowadza w błąd, ponieważ dane nowego operatora są zapisane 3 krotnie mniejszą czcionką niż dane Orange Polska, przez co nastąpiło omyłkowe zawarcie umowy” - pismo konsumenta przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Zawierciu, sygn. RKT-83-01/17/AR (dowód: karta 1299),

- „Kurier przybył z umową, prosi o szybki podpis bo się bardzo spieszy. Umowa jest tak skonstruowana żeby uspić ofiarę. „Netia” wielkimi literami i nr telefonu też.” - pismo konsumenta przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Zawierciu, sygn. RŁO-83-09(1)/17/MM (dowód: karta 1304),

- „Umowa jest napisana drobnym drukiem i trudno ją odczytać. W oczy rzuca się napisana znacznie większym drukiem nazwa firmy Orange” - skarga konsumenta z dnia 21 marca 2017 r., sygn. RKR-83-25(17)/17/MCh (dowód: karta 1330),

- „Co więcej sam wzorzec umowy, którym posłużono się w celu wprowadzenia mnie w błąd był mylący, gdyż nazwa Państwa firmy jest mało widoczna w tekście, natomiast nazwa ORANGE POLSKA S.A. (we wzorcu oznaczonej jako dotychczasowy operator) jest wyeksponowana w taki sposób, aby sprawiała wrażenie, że umowa jest zawierana z ORANGE POLSKA S.A. a nie z Nova Telecom Sp. z o.o.” - pismo konsumenta przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Łasku, sygn. RŁO-80-52(2)/17/MM (dowód: karta 1355),

- „Działając w pełnym zaufaniu do rozmówcy, że umowa, którą prześlą będzie dla mnie korzystna, nie czytając tej umowy (dopatryłam się tylko na pierwszej stronie umowy nazwy dotychczasowego operatora ORANGE dużymi drukowanymi literami, co upewniło mnie, że jest to finalizacja uzgodnień z ORANGE) podpisałam ją w obecności kuriera, który te umowę przywiózł do mojego miejsca zamieszkania i zwróciłam mu jeden egzemplarz.” pismo konsumenta przekazane przez Urząd Komunikacji Elektronicznej, sygn. RŁO-83-26(1)/18/MM (dowód: karta 1527).

Wysokość opłat

W przekazanych przez konsumentów lub przez powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów skargach i zawiadomieniach skarżący podnoszą, że nie byli informowani, że podawana w trakcie składania propozycji zawarcia umowy kwota nie jest całkowitą opłatą

miesięczną obejmującą nielimitowane rozmowy na telefony stacjonarne w całej Polsce i zagranicą. Konsumenci skarżyli się, że nie mieli świadomości, iż owe nielimitowane rozmowy są dostępne w ramach pakietu minut, za który należy ponosić dodatkową opłatę, co zwiększy przedstawianą im kwotę. Konsumenci nie byli również pytani, którym pakietem minut byliby zainteresowani, niemniej jednak w każdej przekazanej Prezesowi Urzędu umowie zaznaczony był jeden z pakietów minut.

Pakiety minut gwarantujące nielimitowane rozmowy na telefony stacjonarne i komórkowe w Polsce, w niektórych krajach Unii Europejskiej, USA i Kanadzie różnią się w zależności od cennika promocyjnego oraz wariantu. W cenniku promocyjnym Dla Nowych - Premium 19 opłata za abonament telefoniczny przy umowie zawartej na 24 miesiące wynosi 19,00 zł brutto miesięcznie, opłata za pakiety minut wynosi 0 zł i obejmuje nielimitowane rozmowy na telefony stacjonarne (*dowód: karta 49*).

W cenniku promocyjnym Dla Nowych – Bez Limitu opłata za abonament telefoniczny przy umowie zawartej na 24 miesiące wynosi 29,99 zł brutto miesięcznie. Zgodnie z Cennikiem Promocyjnym Dla Nowych – Bez Limitu dostępne są trzy pakiety minut. Bez Limitu – wariant 1 kosztuje 30,00 zł brutto miesięcznie i obejmuje nielimitowane rozmowy na telefony stacjonarne, komórkowe i międzynarodowe z 1 strefy. Bez Limitu – wariant 2 kosztuje 17,00 zł brutto miesięcznie i obejmuje nielimitowane rozmowy na telefony stacjonarne i międzynarodowe z 1 strefy. Bez Limitu – wariant 3 kosztuje 9,00 zł brutto miesięcznie i obejmuje nielimitowane rozmowy na telefony stacjonarne w dni robocze od 18:00-8:00 w weekendy i święta oraz rozmowy międzynarodowe z 1 strefy w dni robocze od 18:00-8:00 w weekendy i święta (*dowód: karta 50*).

Przykładowe fragmenty pism konsumentów (pisownia oryginalna):

- *„Odebrałam tel. stacjonarny – dzwonił pracownik z ofertą, przedstawił się, że dzwoni w imieniu Telekomunikacji, że obniżają mi abonament na tel. stacjonarny, powiedziałam, że posiadam także darmowe połączenia zagranicę, na to padła odpowiedź, iż w ramach abonamentu będę także mogła dzwonić na komórki.”* – pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-6(11)/17/MM (*dowód: karta 310*),

- *„W przeciwieństwie do zapewnień osoby, która skłoniła mnie do zawarcia umowy opłata abonamentowa nie wyniosła 29,99 zł, lecz wyniosła 53,74 zł. Poczulałam się oszukana (...)”* – pismo przekazane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bielsku-Białej, sygn. RŁO-403-6(11)/17/MM (*dowód: karta 317*),

- *„W styczniu kończyła się umowa z Nowum z którą byłam 7 lat. Osoba która zadzwoniła do mnie o wszystkim wiedziała i zaproponowała że mam teraz możliwość aby obniżyć mi 10 zł bo mają z Uni nakaz obniżyć telefon. A dopiero później jak przyszedł rachunek to już się domyśliłam że to nie jest Nowum, a „Nowa” – i cena nie jest obniżona tylko opłata stała jest 29,90 ale rozmowy są naliczane osobno.”* - fragment ankiety z dnia 30 maja 2017, sygn. RŁO-403-6(33)/17/MM (*dowód: karta 712*),

- *„Konsultant nie mówił ani słowa o dodatkowych opłatach poza abonamentem”* – fragment ankiety z dnia 22 maja 2017 r., sygn. RŁO-403-06(55)/17/MM (*dowód: karta 953 odwrót*),

- *„W styczniu br. odebrałam tef. od telekonsultanta (wyżej wymienionej firmy), że są w telekomunikacji dla mnie nowe korzystniejsze oferty niż do tej pory posiadam tzn te same warunki tylko abonament tańszy 29,99 zł. (...) Ostatnio dostałam rachunek za korzystanie z usług NOWA TELEKOM, rachunek nie był na kwotę 29,99 zł tylko na 68,82 zł (...)”* – pismo

konsumenta z 4 kwietnia 2017 r., sygn. RŁO-80-54 (2)/17/MM (*dowód: karta 1394-1394 odwrót*).

Informacja o wysokości miesięcznych opłat nie jest również przejrzyste i czytelnie przedstawiona w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz cenniku. W samej umowie nie jest wskazana ani wysokość abonamentu, ani wysokość innych opłat. Jest wskazana jedynie nazwa pakietu minut (planu taryfowego). Informacja ta znajduje się w cenniku promocyjnym.

Prezes Urzędu ustalił również, że na niektórych cennikach promocyjnych przekazanych przez konsumentów znajdują się zaznaczenia zrobione odręcznie. Zaznaczenia te obejmują opłatę za abonament i wyrażenia „bez limitu” nawet jeśli nie dotyczą one wariantu wskazanego w umowie, zaznaczenia nie obejmują ceny za dany pakiet (*dowód: karty 281 odwrót, 293, 319, 331, 384 odwrót, 394 odwrót, 399 odwrót, 402, 418, 966, 1278, 1400*).

Analiza przekazanych przez Spółkę nagranych rozmów weryfikacyjnych (powitalnych) wskazuje, że również w ich trakcie, konsultanci podtrzymywali i utwierdzali konsumentów w błędnym przekonaniu, że podawana w trakcie składania propozycji zawarcia umowy kwota obejmuje (*dowód: karta nr 1477a*). Poniżej znajduje się transkrypcja wybranych nagrań rozmów telefonicznych:

20170309135248-43823672727

Kurier: Halo?

Konsultant: Witam.

Kurier: Witam. Kurier 002. Daję klienta do weryfikacji. Numer telefonu: 43

Konsultant: Tak.

Kurier: 823

Konsultant: Tak.

Kurier: 67-27.

Konsultant: Dziękuję.

Konsument: Słucham?

Konsultant: Dzień dobry. Z tej strony (...), Nowa Telecom. Informuję, że rozmowa jest rejestrowana. W celu weryfikacji poprosiłbym o Pana imię i nazwisko oraz o miejscowość.

Konsument: (...).

Konsultant: Zgadza się. Rozumiem, że podpisał Pan umowę na promocyjny abonament?

Konsument: Zgadza się. Mam tylko jeszcze pytanie.

Konsultant: Dobrze. Czy...

Konsument: Ten abonament 29 zł to jest...

Konsultant: Ale proszę Pana, bo może tak zrobimy. Bo ja nie znam nic odnośnie oferty. Ja kontaktuję się w sprawie kuriera. Czy dostarczył przesyłkę i tak dalej i tak dalej. Jeżeli ma Pan jakieś pytania odnośnie samej oferty, czyli przesyłki, którą Pan otrzymał to na umowie powinien być numer telefonu na infolinię i tam otrzyma pan wszystkie niezbędne informacje.

Konsument: Aha, jest infolinia.

Konsultant: Tak jest. Proszę mi powiedzieć. Czy kurier zostawił jeden egzemplarz umowy dla Pana?

Konsument: Zgadza się. Ale jedno proste pytanie.

Konsultant: Tak?

Konsument: To chyba tyle Pan będziesz wiedział. Chodzi o to, że te 29 zł będzie obowiązywało przez całe dwa lata, tak?

Konsultant: Tak. Jeżeli chodzi o kwotę abonamentu czyli podstawę 29,99 zł to jest przez cały czas trwania umowy.

Konsument: Znaczy się będzie ta sama stawka cały czas przy trwaniu umowy przez dwa lata?

Konsultant: Dokładnie tak. Przez cały okres...

Konsument: Oto mi właśnie chodziło...

Konsultant: Przez całe 24 miesiące... jak najbardziej. Proszę... Tutaj jeszcze nadmienię, że ma Pan 14 dni na ewentualne odstąpienie od umowy i proszę mi powiedzieć jak Pan ocenia pracę kuriera. Dobrze czy źle?

Konsument: Dobrze, dobrze. Bardzo dobrze. Bardzo. Dziękuję bardzo. Bo mam właśnie taką nauzkę. Że najpierw mi powiedzieli 25 zł, a okazało się że po trzech miesiącach płaciłem 55.

Konsultant: Nie proszę Pana. Tutaj cena abonamentu 29,99 zł i w pakiecie ma Pan nielimitowane połączenia na wszystkie telefony stacjonarne w Polsce, w krajach Unii Europejskiej, Stanów Zjednoczonych i Kanady.

Konsument: Aha. Dobrze. O to mi chodziło. Dobrze.

Konsultant: Miłego dnia do widzenia.

Konsument: Do widzenia.

20170309135253-627315555

Konsultant: Dzień dobry.

Konsument: Dobry.

Konsultant: Z tej strony (...). Nowa Telecom. Z Panem (...)?

Konsument: Nie, a co tam trzeba?

Konsultant: Ja kontaktuję... Czy z Panem (...) rozmawiam?

Konsument: Tak.

Konsultant: Panie (...). Ja kontaktuję się w sprawie podpisanej umowy przez syna tutaj...

Konsument: A co to była właściwie za umowa?

Konsultant: Już mówię. 21 lutego 2017 r., na usługi telekomunikacyjne i niższy abonament. Nie wiem, czy Pan rozmawiał z konsultantem wcześniej na ten temat?

Konsument: Ale o co to tam chodziło?

Konsultant: No, że abonament będzie Pana wynosił od nowego miesiąca 29 zł 99 gr brutto miesięcznie i że w pakiecie będzie miał pan Nielimitowane połączenia na wszystkie telefony stacjonarne w Polsce, w krajach Unii Europejskiej, Stanów Zjednoczonych i Kanady.

Konsument: Tak.

Konsultant: Wygląda to w ten sposób. Czy kurier zostawił jeden egzemplarz umowy dla Państwa będąc?

Konsument: Nie wiem właśnie.

Konsultant: Yhy. No dobrze. A jest Pan (...), no bo z tego co wiem to Pan (...) załatwiał wszystko będąc z kurierem.

Konsument: No wiem, bo mnie nie było.

Konsultant: Yhy. To jest (...), żeby ewentualnie mógł dopytać czy zostawił Państwu egzemplarz umowy?

Konsument: Nie ma go prawie.

Konsultant: Yhy. Proszę mi powiedzieć o której ewentualnie...

Konsument: ...oj wie Pan co...

Konsultant: ...można zadzwonić, żeby Pan też był poinformowany w jakiś sposób. Może to z Panem wtedy przeprowadzę rozmowę.

Konsument: No ale co to jest za problem?

Konsultant: Bo ja muszę wiedzieć czy kurier zostawił jeden egzemplarz umowy dla Pana. Bo czasem zdarza się tak że kurier przyjeżdża, klient podpisuje, a kurier nie zostawia egzemplarza umowy, a no to jest obowiązek kuriera...

Konsument: ...wiem, że coś było. Coś mi pokazywał, ale ja nie czytałem tego nawet. U nas było jedno.

Konsultant: Rozumiem, dobrze. No to nadmienię tylko, że mają Państwo 14 dni na ewentualne odstąpienie od umowy. No nie pytam Pana jak Pan ocenia prace kuriera bo Pana nie było.

Konsument: Yhy.

Konsultant: Także z mojej strony to wszystko. Życzę miłego dnia. Do widzenia.

Usługi dodatkowe

Prezes Urzędu ustalił, że Przedsiębiorca obciąża konsumentów dodatkową płatnością za usługi w postaci usługi dodatkowej określonej w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, prezentacji numeru CLIP i szczegółowego wykazu połączeń w formie wydruku, wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy bez uzyskania wyraźnej zgody konsumenta.

Przedsiębiorca oferuje odpłatne usługi w postaci prezentacji numeru CLIP, tj. identyfikacji numeru dzwoniącego na wyświetlaczu telefonu, wykazu połączeń w formie wydruku (biling) oraz usługą dodatkową opisaną w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Usługa dodatkowa opisana w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych polega na tym, że *„w przypadku istniejących w chwili lub po zgonie Abonenta zaległości z tytułu świadczonych Usług (usług telekomunikacyjnych), w związku z świadczoną usługą dodatkową w zamian za opłatę, Dostawca Usług oświadcza, iż wszelkie zaległości istniejące lub powstałe w chwili lub po zgonie Abonenta nie będą przedmiotem jakichkolwiek roszczeń przeciwko ewentualnym spadkodawcom Abonenta”* (Dział III ust. 3 umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych). Opłata za każdą z wskazanych wyżej usług wynosi 4,99 zł brutto miesięcznie (*dowód: Wyciąg z Cennika Promocyjnego Dla Nowych – Premium 19 – karta 49, Cennik Promocyjny Dla Nowych – Bez Limitu - karta 50*).

Opłata za usługę dodatkową opisaną w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych jest pobierana począwszy od trzeciego okresu rozliczeniowego (Dział III ust. 13 umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych). Opłata za wykaz połączeń (biling) jest pobierana z dołu za okres rozliczeniowy i naliczana jest począwszy od drugiego okresu rozliczeniowego (*dowód: § 2 ust. 7 Wyciąg z Cennika Promocyjnego Dla Nowych – Premium 19 – karta 49, Cennik Promocyjny Dla Nowych – Bez Limitu - karta 50*).

W ankietach przygotowanych przez Prezesa Urzędu żaden z konsumentów nie wskazał aby w toku sprzedażowej rozmowy telefonicznej osoby działające w imieniu Przedsiębiorcy przekazywały informacje o ww. usługach i uzyskiwały w zakresie świadczenia tych usług odpowiednie zgody konsumentów, a 85 % konsumentów wskazało, że konsultanci nie przekazywali informacji o wyżej wymienionych usługach dodatkowych i nie uzyskiwali w zakresie świadczenia tych usług odpowiednich zgód.

Takich informacji nie przekazywali również kurierzy w trakcie wizyty w miejscu zamieszkania konsumenta. W trakcie wizyty rola kuriera ograniczała się do okazania konsumentowi dokumentów umownych do podpisu i wskazania miejsc, w których konsument powinien złożyć podpisy. Analiza wszystkich kopii umów, które zostały przekazane Prezesowi Urzędu wskazuje, że usługi te były już automatycznie zaznaczone bez wiedzy i zgody konsumenta. Poniżej znajduje się skan fragmentu jednej z takich umów, na którym widać, że usługi dodatkowe są zaznaczone automatycznie:

8.1 Świadczone usługi telekomunikacyjne : <input checked="" type="checkbox"/> Usługa SIM /Cennik Promocyjny/Plan Taryfowy CENNIK PROMOCYJNY DLA NOWYCH - BEZ LIMITU WARIANT 2 <input checked="" type="checkbox"/> Usługa dodatkowa określona w dziale III Umowy zapewniająca pokrycie zobowiązań Abonenta	9.1 Umowa zawarta na czas: <input type="checkbox"/> 12 miesięcy <input checked="" type="checkbox"/> 24 miesiące <input type="checkbox"/> inny:	10.1 Dotychczasowy Operator TELESTRADA S.A. UL. PUŁAWSKA 182 02-670 WARSZAWA 11.1 Numer Abonencki docelowy 627 12.1 Numer Abonencki tymczasowy będzie przesłany wraz z kartą SIM lub/i urządzeniem abonenckim.
NOVA TELECOM Sp. z o. o. udziela Abonentowi ulgi w wysokości określonej w Cenniku we wskazanym w Umowie- Cenniku Promocyjnym (Planie Taryfowym). Minimalny okres do skorzystania z warunków promocji stanowi okres obowiązywania Umowy zawartej na czas określony. Okres trwania Umowy liczony jest od dnia podpisania Umowy. Aparat telefoniczny, stanowiący własność Abonenta, zostanie dostarczony w terminie 30 dni od dnia zawarcia umowy. Numer seryjny aparatu i/lub karty SIM zostanie określony w przekazanej dokumentacji lub/i na przekazanych urządzeniach. Do kontaktów z NOVA TELECOM Sp. z o. o. oraz celem weryfikacji jego tożsamości Abonent będzie używał numeru PESEL.		
13.1 Usługi dodatkowe objęte umową <input type="checkbox"/> Transmisja danych: <input type="checkbox"/> 500 MB <input type="checkbox"/> 1 GB <input type="checkbox"/> 2 GB <input type="checkbox"/> 5 GB <input type="checkbox"/> 20 GB <input type="checkbox"/> Inny <input type="checkbox"/> E-faktura, E-mail do wysyłki: <input checked="" type="checkbox"/> Szczegółowy wykaz połączeń w postaci: <input checked="" type="checkbox"/> Wydruk <input type="checkbox"/> Udostępniony drogą elektroniczną <input checked="" type="checkbox"/> Inne: CLIP- prezentacja numeru	14.1 Integralną część Umowy stanowią : Regulamin Świadczenia Usług Telekomunikacyjnych przez NOVA TELECOM Sp. z o. o., Cennik, Cennik Promocyjny oraz: <input checked="" type="checkbox"/> Wniosek o przeniesienie numeru <input checked="" type="checkbox"/> Oświadczenie o przeniesienie numeru <input type="checkbox"/> Załącznik:	
Poziom progów kwotowych, całkowitą blokadę lub brak blokady do usług o podwyższonej opłacie wybiera Abonent.		
15.1 Progi kwotowe dla usług o podwyższonej opłacie <input type="checkbox"/> 60 PLN (sześćdziesiąt PLN) <input type="checkbox"/> 150 PLN (sto pięćdziesiąt PLN) <input type="checkbox"/> 300 PLN (trzysta PLN) <input checked="" type="checkbox"/> całkowita blokada do usług o podwyższonej opłacie <input type="checkbox"/> Brak blokady <div style="text-align: right; color: red; font-weight: bold;"> Za zgodność z oryginałem Urząd Komunikacji Elektronicznej </div>		

W celu rezygnacji z ww. usług konsument musi złożyć odpowiednie oświadczenie woli, np. jeśli konsument chce zrezygnować z usługi dodatkowej określonej w dziale III umowy musi on wypowiedzieć umowę w tym zakresie. Świadczenie przez Przedsiębiorcę usług w postaci wykazu połączeń w formie wydruku, prezentacji numeru CLIP oraz usługi dodatkowej określone w dziale III umowy powiększają koszty ponoszone przez konsumentów. Analiza zgromadzonego materiału dowodowego (w tym: treść reklamacji i skarg konsumentów) wskazuje, że Przedsiębiorca nie uzyskuje jednak zgody konsumentów na świadczenie ww. usług. Z informacji przekazywanych przez konsumentów wynika, że nie są pytani o zainteresowanie tymi usługami, a także nie są informowani o warunkach ich świadczenia czy o ich koszcie.

W piśmie z dnia 25 kwietnia 2017 r. Przedsiębiorca wskazał, że zakres usług dodatkowych jest przedstawiany w rozmowie z konsumentem, który dokonuje ich wyboru (*dowód: karta 33*). W piśmie z dnia 16 maja 2017 r. [*tajemnica przedsiębiorcy*] wskazał, że prezentacja oferty usług dodatkowych oraz uzyskanie zgody konsumenta na ich świadczenie odbywa się na etapie wizyty handlowca (kuriera) u klienta (*dowód: karta 465*). W odpowiedzi na pytanie Prezesa Urzędu, na jakim etapie prezentowania konsumentowi oferty w imieniu Novanet Sp. z o.o. uzyskiwana jest zgoda na usługi dodatkowe, np. prezentację numeru CLIP, wykaz połączeń, pakiet minut, usługę dodatkową opisaną w rozdziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z Novanet Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, [*tajemnica przedsiębiorcy*] w piśmie z dnia 16 maja 2017 r. wskazało, że nie jest możliwe udzielenie odpowiedzi (*dowód: karta 622*).

Analiza przekazanych przez Spółkę nagranych rozmów weryfikacyjnych (powitalnych) wskazuje, że w ich trakcie, konsultanci podtrzymywali i utwierdzali konsumentów w błędnym przekonaniu, że podawana w trakcie składania propozycji zawarcia umowy kwota abonamentu obejmuje nie tylko usługę pakietu minut, ale również usługi dodatkowe i stanowi ona cenę finalną, jaką będzie płacił konsument (*dowód: karta nr 1477a*). Poniżej znajduje się transkrypcja jednego z wybranych nagrań rozmów telefonicznych:

20170425172215-182686711

Kurier: Dzień dobry, kurier 0-0-2.

Konsultant: Tak.

Kurier: 18-2-6-8.

Konsultant: Tak.

Kurier: 6-7-1-1.

Konsultant: Dziękuję.

Kurier: Już przekazuję tutaj osobę z upoważnienia.

Konsultant : Yhy.

Konsument: Dziękuję. Halo...

Konsultant : Dzień dobry.

Konsument: ...halo. Dzień dobry.

Konsultant: Z tej strony (...) Nova Telecom informuje, że rozmowa jest rejestrowana. W celu weryfikacji poprosiłbym o imię i nazwisko właściciela i pani jako osoby upoważnionej do podpisania.

Konsument: To już. (...). Właściciel.

Konsultant: Tak.

Konsument: (...) Lidia.

Konsultant: Yy. I poprosiłbym o miejscowość.

Konsument: Miejscowość: (...).

Konsultant: Zgadza się. Rozumiem, że podpisała Pani umowę na promocyjny abonament?

Konsument: Dokładnie.

Konsultant: Czy kurier zostawił jeden egzemplarz umowy dla Pani?

Konsument: Tak, zostawił tu Pan jeden egzemplarz dla mnie.

Konsultant: Dobrze. Nadmienię, że ma Pani 14 dni na ewentualne odstąpienie od umowy i proszę mi powiedzieć jak Pani ocenia pracę kuriera. Dobrze czy źle?

Konsument: Prace kuriera... kuriera rewelacyjnie. (śmiech)

Konsultant: No to świetnie.

Konsument: Bardzo dobrze. Bardzo miły Pan. No. Wie Pan co. Ja jeszcze chciałam skorzystać, skorzystałam z okazji. Chciałabym. Bo ja zgłaszam, że zabrali mi po prostu wyświetlacz. Funkcję wyświetlacza. Czyli jak ktoś do mnie dzwoni to mi się...

Konsument: Prezentację numeru będzie Pani miała w podstawie.

Konsument: Czyli będzie? Przywróćcie mi to...?

Konsultant: Tak.

Konsument: Tą funkcję...

Konsultant: Dokładnie.

Konsument: Dziękuję bardzo. To wszystko.

Konsultant: Do widzenia.

Spółka nie informując konsumentów o możliwości świadczenia za dodatkową odpłatnością usług dodatkowych, nie uzyskiwała zgody na ich świadczenie, tylko przekazywała konsumentom do podpisu umowy z zaznaczonymi już automatycznie okienkami wyboru usług dodatkowych.

Podsumowując, pomimo braku wyraźnej zgody konsumentów na świadczenie ww. usług Spółka żąda od konsumentów zapłaty za te usługi, w tym wykaz połączeń w formie wydruku, prezentację numeru CLIP, usługę dodatkową opisaną w dziale III umowy. Występowanie przez Spółkę z żądaniem za zapłatę za usługi dodatkowe potwierdzają faktury przekazane zarówno przez Spółkę (*dowód: karta 72*), jak i konsumentów.

Na brak pozyskiwania od konsumentów zgody na świadczenie usług dodatkowych wskazują także informacje przekazane przez Przedsiębiorcę w piśmie z dnia 28 października 2019 r. Wynika z nich, że *[tajemnica przedsiębiorcy]* konsumentów zrezygnowało z pakietu minut, *[tajemnica przedsiębiorcy]* konsumentów zrezygnowało z prezentacji numeru CLIP, *[tajemnica przedsiębiorcy]* konsumentów zrezygnowało z wykazu połączeń w formie wydruku, a *[tajemnica przedsiębiorcy]* konsumentów zrezygnowało z usługi dodatkowej opisanej w Dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (*dowód: karta 1458*).

Zgodnie natomiast z informacjami przekazanymi przez Novanet w piśmie z dnia 24 marca 2020 r. liczba abonentów wynosiła, wynosiła *[tajemnica przedsiębiorcy]*, z czego z usługi dodatkowej określonej w Dziale III umowy korzystały *[tajemnica przedsiębiorcy]* osoby, z wykazu połączeń *–[tajemnica przedsiębiorcy]* osób, a z prezentacji numeru CLIP *– [tajemnica przedsiębiorcy]* osób (*dowód: karta 1559*).

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 (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076 i 1086; dalej jako: „ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów” lub „uokik”), ochrona interesów konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi podstawę do rozstrzygnięcia przez Prezesa Urzędu sprawy w oparciu o przepisy uokik. Interes publiczny zostaje naruszony w szczególności wówczas, gdy określonymi działaniami przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy wywołują one na rynku niekorzystne zjawiska, powodując zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu¹.

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 na odległość.

W opinii Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy są lub mogą stać się klientami Spółki tj. zawrzeć z nią umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Działania Spółki nie dotyczą interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieją zatem podstawy do oceny zachowania Spółki pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Naruszenie art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

Zgodnie z art. 24 ust. 1 uokik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 uokik stanowi zaś, iż przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy godzące w zbiorowe interesy konsumentów. Konsumentem w rozumieniu ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, o czym mowa w art. 22 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tekst jednolity Dz. U. z 2019, poz. 1145 ze zm.; dalej jako: „kc”) w zw. z art. 4 pkt 12 uokik.

W związku z powyższym za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów należy uznać takie zachowanie przedsiębiorcy, które spełnia kumulatywnie trzy następujące przesłanki:

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

¹ Wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 24 października 1991 r., sygnatura akt XVII Amr 8/90.

Zgodnie z art. 24 ust. 2 pkt 3 uokik, taką praktykę stanowią w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 uokik pod pojęciem przedsiębiorcy rozumie się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz. U. z 2019 r., poz. 1292). W myśl zaś art. 4 ust. 1 ustawy – Prawo przedsiębiorców przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą. W przedmiotowej sprawie stroną postępowania jest przedsiębiorcą, prowadzącym we własnym imieniu działalność gospodarczą w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, będąc osobą prawną, wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000590705. Tym samym Novanet przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, a jej działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Odpowiedzialność za podmioty trzecie

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

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

Niezależnie od tego, czy w umowach Spółka uregulowała bardziej lub mniej szczegółowo obowiązki partnerów, w kontaktach z konsumentami partnerzy prezentują ofertę Spółki, dążąc do podpisania przez konsumenta umowy właśnie ze Spółką. Partnerzy nie podejmują wobec konsumentów żadnych czynności faktycznych ani prawnych w imieniu i na rzecz partnerów. Spółka ponosi tym samym odpowiedzialność za działania jej partnerów względem konsumentów podejmowane na podstawie zawartych umów. To do Spółki należy ocena, czy partner wykonuje prawidłowo przewidziane w umowie obowiązki. Na podstawie zawartych umów Spółka miała lub ma możliwość zareagowania, jeżeli partner nie wykonuje ich należycie, np. poprzez wypowiedzenie zawartej z nim umowy ze skutkiem natychmiastowym. Spółka zapewniła sobie także bezpośredni, realny i szeroki wpływ na to, jak wyglądać ma sprzedaż jej usług. W umowach partnerstwa określono np., że to Spółka prowadzi szkolenia osób zatrudnionych przez partnera oraz jego podwykonawców. Partner lub osoba przez niego wyznaczona do koordynacji sprzedaży i wykonywania usług ma natomiast obowiązek uczestniczenia w szkoleniu początkowym oraz wszelkich szkoleniach uzupełniających, o ile takie będą wymagane przez Spółkę. Spółka zastrzegła sobie także

prawo do organizacji szkoleń uzupełniających dla partnera i autoryzowanych doradców handlowych oraz okresowego weryfikowania kwalifikacji osób świadczących usługi ze strony partnera pod względem kryteriów dotyczących jakości sprzedaży. W przypadku niespełnienia kryteriów, Spółka może cofnąć tym osobom upoważnienie do świadczenia usług. Przy takim ukształtowaniu praw i obowiązków stron umowy oraz roli Spółki w procesie proponowania i oferowania konsumentom usług telekomunikacyjnych, w pełni uzasadnione jest stwierdzenie, że Spółka jest przedsiębiorcą stosującym zakwestionowane praktyki.

W związku z powyższym, w opinii Prezesa Urzędu, Novanet może w przedmiotowej sprawie odpowiadać za stosowanie zakwestionowanych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Sprzeczność z prawem lub dobrymi obyczajami

Art. 24 ust. 2 uokik stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy. Sprzeczność z prawem działania lub zaniechania przedsiębiorcy może być ujmowana jako zachowanie niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa stanowionego. Dobre obyczaje natomiast pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji na okoliczność danego stanu faktycznego. Naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów prawa stanowionego lub dobrych obyczajów jest jednocześnie wyrazem naruszenia obowiązującego porządku prawnego, który obejmuje zarówno nakazy i zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, jak i nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów². Rozważenia przy ocenie możliwości przypisania przedsiębiorcy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wymaga zatem kwestia, czy jego zachowanie było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Jednocześnie, dla stwierdzenia powyższego bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu.

W niniejszej sprawie przedsiębiorcy zarzucono działania sprzeczne z prawem. W związku zatem z powyższym, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu jest wykazanie, że w ustalonym stanie faktycznym Spółka dopuściła się podejmowania działań sprzecznych z prawem. Przesłanka ta zostanie omówiona odrębnie dla każdej z zarzucanych Spółce praktyk.

Ad I.1.

Sprzeczność z prawem pierwszej z zakwestionowanych praktyk Prezes Urzędu wywodzi z naruszenia przez Spółkę art. 5 ust. 1 i 2 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. 2070; dalej jako: „ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym” lub „upnpr”).

Art. 3 upnpr zakazuje stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych. Przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Pojęcie produktu ma znaczenie szerokie i obejmuje także usługi (art. 2 pkt 3 i 4 upnpr).

² Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07.

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

Model przeciętnego konsumenta

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

Art. 2 pkt 8 tej ustawy za przeciętnego uznaje konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny tych cech dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Przeciętnego konsumenta należy rozumieć jako dostatecznie 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”) polegającą 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.

Adresatem działań Spółki polegających na prezentowaniu i oferowaniu usług telekomunikacyjnych jest ogół konsumentów. Ani treść prowadzonych rozmów z konsumentami, ani sama oferta Spółki nie wskazują, aby działania te były kierowane do szczególnej, dającej się wyodrębnić na podstawie wspólnej cechy grupy konsumentów. Spółka oferuje swoje usługi nieograniczonemu kręgowi odbiorców. *De facto* każda osoba zainteresowana usługami Spółki może z nich skorzystać, tj. zawrzeć ze Spółką umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych na określonych warunkach. Poczynione ustalenia wskazują jednak, że klientami Spółki są w przeważającej liczbie przypadków osoby starsze, w wieku powyżej 70 lat. Średni wiek konsumentów, obliczony na podstawie informacji zebranych z 71 skarg, ankiet i innych dokumentów, w których pojawiła się informacja o wieku lub nr PESEL konsumenta, wynosi 70,1 roku.

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 niższą od przeciętnej świadomość zmieniającego się m.in. otoczenia prawno-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. Jednocześnie osoby starsze charakteryzują się zwykle wyższym poziomem zaufania wobec osób trzecich. 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.

Z uwagi na powyższe w niniejszej sprawie za przeciętnego konsumenta uznano osobę, która jest dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna przy kontaktach z przedsiębiorcami, przy uwzględnieniu jednak ww. ograniczeń charakterystycznych dla konsumentów usług telefonii stacjonarnej.

Zdaniem Prezesa Urzędu, ocena zakwestionowanej praktyki Spółki dokonana z punktu widzenia ustalonego modelu przeciętnego konsumenta stacjonarnych usług telekomunikacyjnych uzasadnia stwierdzenie, że w omawianym zakresie mamy do czynienia z działaniami, którym można przypisać cechy nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 powołanej wyżej ustawy, tj. działaniem wprowadzającym w błąd.

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

Uwzględniając przesłanki określone w ww. przepisie, należy zatem rozważyć, czy informacje przekazywane przez przedstawicieli Spółki w rozmowach telefonicznych i podczas wizyty kuriera mogą wprowadzić przeciętnego konsumenta w błąd poprzez sugerowanie, że składana oferta i dokumenty przedkładane konsumentom dotyczą zmiany warunków umowy zawartej z dotychczasowym usługodawcą, podczas gdy w rzeczywistości dotyczą zawarcia nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z Novanet a tym samym zmiany usługodawcy. Art. 5 ust. 4 ustawy przewiduje, że przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób prezentacji.

Partnerzy handlowi Spółki nie nagrywali rozmów telefonicznych w trakcie których oferowane były jej usługi. Jednak na podstawie skarg i zawiadomień konsumentów Prezes Urzędu ustalił, że podczas pierwszego kontaktu telefonicznego konsumentom nie uzyskują jednoznacznych i jasnych informacji o tożsamości Spółki, czyli operatora, którego oferta jest prezentowana w trakcie rozmowy. W rozmowach konsultanci informują, że oferta dotyczy usług świadczonych przez dotychczasowego operatora i dotyczy obniżenia rachunku.

We wszystkich 16 pismach otrzymanych bezpośrednio od konsumentów pojawił się zarzut wprowadzenia przez Novanet w błąd co do tożsamości operatora z którym zawierają umowę. Z kolei spośród 72 skarg konsumenckich przekazanych przez rzeczników konsumentów, zarzut wprowadzenia w błąd co do tożsamości operatora pojawił się w 55 pismach, a spośród 5 skarg przekazanych przez Urząd Komunikacji Elektronicznej (ilość ta obejmuje tylko skargi, które nie dublowały się z przekazanymi bezpośrednio do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ani z przekazanymi przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Ostrzeszowie) zarzut ten pojawił się we wszystkich pismach.

Skarżący opisywali, że Spółka kontaktowała się z nimi telefonicznie podając się za dotychczasowego dostawcę z propozycją obniżenia abonamentu.

Prowadząc rozmowę telefoniczną przeciętny konsument nie jest w stanie dokonać tak wnikliwej oceny otrzymywanych informacji, aby ustalić, że „możliwość obniżenia abonamentu” powinien rozumieć w ten sposób, że jest to zawarcie nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z innym operatorem. Na odbiór przekazu przez przeciętnego konsumenta niewątpliwie wpływa też sama informacja o ofercie. Konsultant informuje konsumenta o otrzymaniu możliwości obniżenia abonamentu za telefon. Uwaga przeciętnego konsumenta koncentruje się w tym wypadku na korzyściach, jakie może uzyskać lub na pewno uzyska, jeżeli skorzysta z przedstawionej mu propozycji. Otrzymując informację o obniżeniu abonamentu przeciętny konsument może poza tym uznać, że osoba, z którą rozmawia, rzeczywiście reprezentuje jego operatora, ponieważ wie, że do tej pory płacił wyższy abonament niż ten proponowany w rozmowie. Na tej podstawie przeciętny konsument może zdecydować o wyrażeniu zgody na wizytę kuriera, aby skorzystać z korzystnej dla niego finansowo oferty.

Dla uzasadnienia złożenia konsumentowi propozycji obniżenia abonamentu, konsultanci powoływali się na dotychczasową, długotrwałą i dobrą z nim współpracę oraz malejącą liczbę telefonów stacjonarnych i chęć utrzymania klientów, na który to aspekt rozmowy zwrócili uwagę cytowani wyżej konsumenci wskazując m.in., że:

„Proszę uprzejmie o udzielenie mi pomocy w następującej sprawie: środkiem lutego miałem chyba 3 telefony z jak się Pani przedstawiła firmy ORANGE, proponując obniżenie mi Abonamentu na telefon stacjonarny o połowę tj ok., 25zł, ze względu na długoletnią współpracę jako klient firmy ORANGE chyba ~8 lat (...)” (dowód: karta 329),

„Zawarcie tej umowy poprzedzone było skierowaną do mnie rozmową telefoniczną, którą zainicjowała osoba przedstawiająca się jako pracownik spółki ORANGE POLSKA. Osoba ta dysponowała informacjami dotyczącymi szczegółów umowy zawartej ze spółką ORANGE POLSKA i zaproponowała mi - jako wieloletniemu abonentowi spółki ORANGE, zmniejszenie opłat abonamentowych, na co się zgodziłam.” (dowód: karta 341),

„Po otrzymaniu telefonu, w którym pracownik oświadczył, że dzwoni z firmy „Orange”, w sprawie obniżenia płatności za abonament za telefon do kwoty 29,99 za to, że jesteśmy długoletnimi odbiorcami usług w Orange, dlatego otrzymuję zniżkę abonamentu do kwoty 29,99. (...) Kurier również oświadczył, że jest pracow. Orange.” (dowód: karta 385),

„Dnia 13 stycznia b.r. zadzwonił telefon i Pani uprzejmym głosem przedstawiła się, że dzwoni z firmy Orange i proponuje mi obniżenie abonamentu o 20 zł z tytułu mojej długiej umowy jaką zawarłam z firmą. Poczulałam się mile zaskoczona, że takie warunki zostały mi zaproponowane i się zgodziłam.” (dowód: karta 963).

Odwołanie się do dotychczasowej współpracy może bezpośrednio sugerować przeciętnemu konsumentowi, że faktycznie rozmawia z przedstawicielem swojego operatora. Dla przeciętnego konsumenta wydaje się logiczne, że osoba nie mająca żadnych związków z

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

Zdaniem Prezesa Urzędu, sposób prowadzenia rozmów telefonicznych przez konsultantów Spółki nie pozwala przeciętnemu konsumentowi na zorientowanie się i ustalenie, że proponowane czy zapowiadane obniżenie abonamentu jest faktycznie elementem oferty handlowej Spółki, czyli innego operatora niż ten, z którego usług korzysta. Na podstawie uzyskanych w toku rozmowy informacji przeciętny konsument nie jest też w stanie ustalić, że celem przyszłej wizyty kuriera jest zawarcie nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych ze Spółką, a nie zmiana warunków obowiązującej umowy, wiążącej go z dotychczasowym operatorem. Konsultanci prowadzili rozmowy w taki sposób, aby konsument nie tylko nie zorientował się, że działają w imieniu nieznanego mu bliżej operatora, ale odnosił wrażenie i upewnił się, że rozmowa dotyczy jego umowy zawartej z dotychczasowym operatorem. Konsultanci prowadzili przy tym rozmowy tak, jakby faktycznie reprezentowali operatora konsumenta, a więc znali jego relacje z tym operatorem, wysokość jego dotychczasowego, wyższego abonamentu oraz dane osobowe.

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

Prezes Urzędu uznał, że nieprawdziwe są również informacje przekazywane przez przedstawicieli Spółki (kurierów) podczas wizyt (rozmów) w miejscu zamieszkania konsumentów o zmianie umowy z dotychczasowym operatorem. Zdaniem Prezesa Urzędu, w trakcie wizyty kurierzy podtrzymują błędne przekonanie przeciętnego konsumenta o reprezentowaniu jego dotychczasowego operatora. Nie ujawniają natomiast rzeczywistego celu wizyty i przedmiotu podpisywanej przez konsumenta umowy.

Z analizy otrzymanych skarg i pism wyłania się określony, powtarzający się schemat zachowań kurierów, którzy przekazują konsumentom podobne informacje. Zazwyczaj kurierzy informują, że reprezentują dotychczasowego operatora konsumenta, którego nazwa jest wpisana wyróżnioną czcionką na pierwszej stronie przygotowanego dla konsumenta egzemplarza umowy. Korzystając z tego, przekazują konsumentom nieprawdziwe informacje, że są przedstawicielami właśnie tego operatora. Odpowiadając na pytania konsumentów kurierzy jednoznacznie, często potwierdzają, że reprezentują dotychczasowego operatora

konsumenta. Zdarza się także, że przedstawiciele w ogóle nie wskazują, kogo reprezentują, a tylko przedkładają umowę do podpisu twierdząc przy tym, że się śpieszą lub że tylko dostarczają przesyłkę. Takie zachowanie kurierów dostrzeżono w wielu cytowanych już wyżej pismach i skargach:

- „Pytałem czy na pewno jest pan kurierem z firmy Orange na co on szedł w zaparte, że owszem jest kurierem z firmy Orange, pokazał to nawet na druku umowy (...) Umowa została wypełniona na szybko można powiedzieć „na kolanie”, bo kurierowi bardzo się śpieszyło.” (dowód: karta 295),
- „Na moje pytanie, czy stroną zawieranej umowy jest spółka NETIA S.A. kurier udzielił odpowiedzi twierdzącej” (dowód: karta 1257),
- „Kurier przybył z umową, prosi o szybki podpis bo się bardzo spieszy.” (dowód: karta 1304),
- „Po około godzinie przyjechał kurier z umową do podpisu. Bardzo się śpieszył, nie przedstawił się, powołał się tylko na wcześniejszy telefon i rozmowę z konsultantką” (dowód: karta 583),
- „Na stojąco kurierowi umowę podpisałam, bo mnie prosił o pośpiech bo się bardzo śpieszył w drogę, bo już była ok. godz 16.00, a był podobno z Wrocławia.” (dowód: karta 676 odwrot),
- „Umowę przywiózł kurier i kazał podpisać, zostawił jeden egzemplarz umowy i nic więcej, gdy zapytałam czy to jest z Netii odpowiedział, że on nie wie, ma tylko dostarczyć umowę” (dowód: karta 841 odwrot),
- „Przedstawiciel o niczym nie informował tylko kazał podpisać dokumenty.” (dowód: karta 960 odwrot),
- „Kurier przywożący umowę na piśmie nie czekał, aż przeczytam warunki umowy, bo on tylko dostarczał przesyłkę.” (dowód: karta 1261),
- „Kurier, który przywiózł umowę mówił, że mu się spieszy, nie miał czasu nawet wejść na posesję tylko przez płot podał mi dokumenty do podpisania i chciał okazania dowodu osobistego.” (dowód: karta 1329).

Już na podstawie tych informacji przeciętny konsument może odnieść wrażenie, że osoba, która zjawiała się w jego miejscu zamieszkania jest przedstawicielem jego operatora, który zgodnie z zapowiedzią proponuje mu skorzystanie z nowej, korzystniejszej cenowo oferty dotyczącej abonamentu.

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

W trakcie wizyty kurierzy podtrzymują błędne przekonanie przeciętnego konsumenta o celu wizyty i przedmiocie oferowanej usługi. Kurierzy nie ujawniają, że przedkładane konsumentom dokumenty do podpisu dotyczą całkowicie nowej umowy, która zawierana jest ze Spółką. Nie udzielają tym samym żadnych informacji o skutkach podpisania okazanych dokumentów, czyli zawarcia umowy ze Spółką, dla umowy zawartej przez konsumenta z dotychczasowym operatorem. Kurierzy pomijają informacje, które mogłyby wywołać

jakiegokolwiek wątpliwości przeciętnego konsumenta co do prawdziwości otrzymanych informacji.

Na możliwość wprowadzenia konsumentów w błąd przez przedstawicieli (kurierów) co do przedmiotu oferowanej usługi i rzeczywistym celu rozmowy lub wizyty, przez sugerowanie, że składana oferta i dokumenty przedkładane konsumentom dotyczą zmiany warunków umowy zawartej z dotychczasowym usługodawcą, podczas gdy w rzeczywistości dotyczą zawarcia nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z Novanet Sp. z o.o., wskazuje także analiza przygotowanych przez Prezesa Urzędu ankiet dla konsumentów, którzy zwrócili się o pomoc do powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów. I tak, 85% konsumentów twierdzi, że przedstawiciel nie poinformował ich, że reprezentuje Novanet Sp. z o.o., a żaden z konsumentów nie potwierdził, iż otrzymał taką informację, 75% konsumentów nie zostało poinformowanych, że wizyta przedstawiciela ma na celu zawarcie umowy z Novanet Sp. z o.o., 5% konsumentów zostało o tym poinformowanych. Aż w 95% przypadkach przedstawiciel nie poinformował konsumentów, że warunkiem skorzystania z usług Novanet Sp. z o.o. jest rozwiązanie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z dotychczasowym operatorem, taka informacja nie była przekazana w żadnym przypadku.

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

Na taki skutek uwidocznienia nazwy dotychczasowego operatora w umowach zwrócili uwagę cytowani wcześniej konsumenci, podnosząc m.in., że w ten sposób uzyskali pewność co do tożsamości kuriera i tego, że reprezentuje ich dotychczasowego operatora:

- „(...) na pierwszej stronie tej umowy dużym drukiem wskazano spółkę ORANGE POLSKA (...)” (dowód: karta 341),

- „Jestem osobą słabo widzącą, mieszkam sama i nie miał mi kto przeczytać tej umowy która była napisana drobnym pismem, zostałam tylko poinformowana gdzie mam podpisać, zauważyłam jedynie większe litery ORANGE POLSKA” (dowód: karta 765),

- „(...) na pierwszej stronie dużym drukiem zapisano w nich dużymi literami: Telefonía DIALOG sp. z o.o. (...), więc umowa nie wzbudziła moich podejrzeń i ją podpisałem.” (dowód: karta 789),

- „(...) wygląd druku umowy, gdzie dużymi literami wyeksponowany jest napis Orange Polska, a nazwa operatora, którego ona dotyczy tj. Państwa spółki, jest niezauważalna, nadrukowana powyżej mała czcionką.” (dowód: karta 911),

- „W przedłożonej umowie, nazwanej „aneksem” nazwa „NOVA TELECOM Sp. z o.o.” została podana małym drukiem natomiast znacznie bardziej wyeksponowane były dane dotychczasowego usługodawcy NETIA.” (dowód: karta 935),
- „(...) jak spojrzalem na pierwszą stronę to jedno co mi się rzuciło w oczy wśród wielu małych liter to wyraźne logo i znak graficzny Netii mojego dotychczasowego operatora.” (dowód: karta 1235),
- „Nadto, również tekst umowy został ukształtowany w ten sposób, by wzbudzić w czytelniku wrażenie, iż stroną tejże umowy jest NETIA S.A.” (dowód: karta 1257),
- „Dodatkowo Państwa umowa w sposób graficzny wprowadza w błąd, ponieważ dane nowego operatora są zapisane 3 krotnie mniejszą czcionką niż dane Orange Polska, przez co nastąpiło omyłkowe zawarcie umowy” (dowód: karta 1299),
- „Umowa jest tak skonstruowana żeby uśpić ofiarę. „Netia” wielkimi literami i nr telefonu też.” (dowód: karta 1304),
- „Działając w pełnym zaufaniu do rozmówcy, że umowa, którą prześlą będzie dla mnie korzystna, nie czytając tej umowy (dopatrzyłam się tylko na pierwszej stronie umowy nazwy dotychczasowego operatora ORANGE dużymi drukowanymi literami, co upewniło mnie, że jest to finalizacja uzgodnień z ORANGE)” (dowód: karta 1527).

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

Zdaniem Prezesa Urzędu, w ustalonych okolicznościach przeciętny konsument polega w głównej mierze na informacjach ustnych, które otrzymuje bezpośrednio od osoby przebywającej w jego miejscu zamieszkania. Uwzględniając przebieg rozmowy telefonicznej z konsultantem i rozmowy z kurierem uzasadnione jest uznanie, że stopień uwagi i ostrożności przeciętnego konsumenta przy podpisywaniu umowy ze Spółką może być niższy niż przeciętny. Kierując się treścią otrzymanych do tej pory informacji przeciętny konsument może zakładać, że przekazywane mu informacje są prawdziwe. Przeciętny konsument działa w zaufaniu do kuriera. Nawet przeciętnie uważny i ostrożny konsument, poddany dodatkowo presji czasu, może mieć problemy aby np. zweryfikować otrzymane informacje z przedkładanymi mu do podpisu dokumentami. Dla przeciętnego konsumenta wizyta kuriera jest potwierdzeniem ustaleń wynikających z rozmowy telefonicznej. Z tego względu jest przekonany, że jej celem jest podpisanie dokumentów zmieniających zawartą przez niego umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z dotychczasowym operatorem w zakresie wysokości opłaty za abonament.

Oceniając możliwość wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta przez kuriera należy także uwzględnić krótki czas jego wizyty, podczas której dochodzi do podpisania umowy. Blisko połowa konsumentów wskazała czas wizyty przedstawiciela (kuriera) krótszy

lub równy 5 minut, a 25% konsumentów wskazało, że wizyta trwała do 10 minut, co można uznać za niewystarczający czas na dokładne zapoznanie się z umową oraz ofertą Spółki.

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

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

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

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

Przeciętny konsument zdaje sobie sprawę, że podpisanie kolejnej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, przy wiążącej go umowie z jego dotychczasowym operatorem, skutkować będzie przeniesieniem jego numeru do nowego operatora. Taka decyzja może wiązać się z poniesieniem przez niego określonych kosztów na rzecz dotychczasowego operatora za jednostronne rozwiązanie umowy zawartej na czas oznaczony (tzw. opłaty wyrównawczej w kwocie nie przekraczającej wysokości przyznanej mu ulgi pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania). Z kolei, w przypadku podjęcia przez konsumenta decyzji o jednostronnym rozwiązaniu umowy zawartej ze Spółką, konsument będzie zobowiązany ponieść ww. koszty na rzecz Spółki. Z tych również przyczyn przeciętny konsument mógłby nie podjąć decyzji dotyczącej umowy w rozumieniu art. 2 pkt 7 ww. ustawy, gdyby wiedział, że przedstawiono mu ofertę Spółki, a nie jego dotychczasowego operatora.

W tym miejscu należy się również odnieść do wprowadzonej przez Spółkę procedury telefonicznej weryfikacji podpisania z Novanet Sp. z o.o. umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Spółka wskazała, że po zawarciu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych są przeprowadzane z abonentem rozmowy weryfikacyjne. Kurier dostarczający umowę do podpisu inicjuje połączenie z weryfikatorem, po czym przekazuje aparat telefoniczny abonentowi. Konsultant przeprowadzając umowę przedstawia nazwę Nova Telecom, weryfikuje z abonentem, czy doszło do podpisania umowy, czy Abonent otrzymał egzemplarz umowy, informuje o prawie odstąpienia od umowy w 14 dniowym terminie oraz pyta o ocenę pracy kuriera.

Analiza nagrań rozmów weryfikacyjnych wykazała, że rozmowa jest zazwyczaj inicjowana przez przedstawiciela (kuriera), który podaje imię i nazwisko konsumenta, po czym przekazuje mu aparat telefoniczny. Następnie konsultant prosi konsumenta o podanie „w celu weryfikacji” imienia i nazwiska oraz miejscowości. Później padają zdania: „rozumiem, że podpisał Pan/Pani umowę na promocyjny abonament?”, „czy kurier zostawił jeden egzemplarz umowy?”, „nadmieniam, że ma Pan/Pani 14 dni na odstąpienie od umowy”, „Na koniec proszę mi powiedzieć, jak ocenia Pan/Pani pracę naszego kuriera, dobrze, czy źle.”

Jak wynika z powyższego podczas rozmowy weryfikacyjnej nazwa Spółki pada tylko raz - na początku rozmowy, a sama rozmowa zazwyczaj nie trwa dłużej niż 1 minutę. Należy również podkreślić, że rozmowa weryfikacyjna ma miejsce już po podpisaniu umowy, nie ma zatem związku pomiędzy rozmową weryfikacyjną a praktykami Spółki mającymi miejsce jeszcze przed podpisaniem umowy. Prezes Urzędu nie uznaje tym samym argumentów Spółki, że rozmowy weryfikacyjne potwierdzają, iż konsumenci nie zostali wprowadzeni w błąd, albowiem nie ma podczas ich przebiegu mowy o tym, jakie informacje zostały przekazane konsumentowi jeszcze przed podpisaniem umowy. Od ich przebiegu nie zależy również ważność samej umowy. Ponadto, za każdym razem, kiedy konsument chce o coś zapytać lub zgłasza jakiegokolwiek wątpliwości konsultant natychmiast mu przerywa informując, że on tylko sprawdza pracę kuriera. Co więcej na niekorzyść Przedsiębiorcy świadczy fakt, że nagrywa i przechowuje on tylko rozmowy weryfikacyjne, natomiast nie robi tego samego z rozmowami sprzedażowymi. Oznacza to, że Przedsiębiorca ma możliwość nagrywania i przechowywania rozmów telefonicznych prowadzonych z konsumentami, ale robi to tylko w stosunku do rozmów weryfikacyjnych, natomiast nie nagrywał on rozmów sprzedażowych, co do których przebiegu konsumenci mają największe zastrzeżenia. Prezes Urzędu nie uznał zatem, by nagrania rozmów weryfikacyjnych były dowodem na to, że konsumenci nie byli wprowadzani w błąd co przedmiotowi umowy.

Ponadto Prezes Urzędu uznał za konieczne odniesienie się do kwestii zaniechania praktyki. W piśmie z dnia 25 kwietnia 2017 r. Spółka jako podmioty, które zawierały w jej imieniu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, wskazała [tajemnica przedsiębiorcy] (wcześniej [tajemnica przedsiębiorcy]), [tajemnica przedsiębiorcy] oraz [tajemnica przedsiębiorcy]. W piśmie z dnia 16 maja 2017 r. [tajemnica przedsiębiorcy] oświadczył, że zakończył współpracę z Novanet z powodu [tajemnica przedsiębiorcy]. [tajemnica przedsiębiorcy] zakończyło współpracę ze Spółką na początku grudnia 2016 r. również z powodu [tajemnica przedsiębiorcy]. W piśmie z dnia 25 stycznia 2018 r. Spółka poinformowała, że nie oferuje w chwili obecnej zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Niemniej mimo deklaracji Spółki o zakończeniu procesu pozyskiwania nowych klientów, w pismach z dnia 28 października 2019 r. oraz z dnia 24 marca 2020 r. Spółka oświadczyła, że ostatnia umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych została zawarta w dniu 17 lipca 2019 r. a ostatecznie dokonane przeniesienie numeru w dniu 12 sierpnia 2019 r.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż Spółka nie zaniechała praktyki, a jej oświadczenia w kwestii zakończenia procesu pozyskiwania nowych abonentów można uznać za niepełne i mało wiarygodne. Spółka nie oświadczyła jednoznacznie, że zaniechała stosowania zarzucanych jej praktyk. Zakończenie procesu pozyskiwania nowych klientów nie było spowodowane chęcią zaniechania praktyk mogących naruszyć zbiorowe interesy konsumentów, a było wynikiem odrzucania większości wniosków o przeniesienie numeru przez operatorów dawców. Zaniechanie praktyki powinno być zainicjowane przez przedsiębiorcę, który podejmując określone działania zmierza do definitywnego zaprzestania stosowania praktyk niezgodnych z prawem i wyeliminowania ich z obrotu gospodarczego³. Spółka nie wykazała, że doszło do zaniechania praktyki, nie przedstawiła też żadnych dowodów na to wskazujących.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że opisane działania Spółki spełniają przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

Ad I.2.

Praktyka opisana w pkt. I.2 sentencji niniejszej decyzji dotyczy obciążania konsumentów dodatkową płatnością za usługi w postaci usługi dodatkowej określonej w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, prezentacji numeru CLIP i wykazu połączeń w formie wydruku, wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy bez uzyskania wyraźnej zgody konsumenta.

Sprzeczność z prawem opisanego zachowania wynika z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2020 r., poz. 287; dalej jako: „upk”). Zgodnie z art. 10 ust. 1 upk najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową przedsiębiorca ma obowiązek uzyskać wyraźną zgodę konsumenta na każdą dodatkową płatność wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy. Natomiast zgodnie z art. 10 ust. 2 upk jeżeli przedsiębiorca nie otrzymał wyraźnej zgody konsumenta, lecz założył jej istnienie przez zastosowanie domyślnych opcji, które konsument musi odrzucić w celu uniknięcia dodatkowej płatności, konsument ma prawo do zwrotu uiszczonych dodatkowych. Celem art. 10 upk jest ochrona interesów konsumenta przed dodatkowymi, ukrytymi płatnościami, które przekraczałyby uzgodnione z

3 K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, s. 1057, wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2014.

przedsiębiorcą wynagrodzenie. Zgodnie z art. 25 upk do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość stosuje się przepisy art. 10 i art. 11.

W związku z powyższym, przedmiotem rozstrzygnięcia Prezesa Urzędu jest wykazanie, że w ustalonym stanie faktycznym Spółka dopuściła się naruszenia dyspozycji art. 10 ust. 1 upk. Konkretyzacji w przedmiotowym stanie faktycznym wymagają zatem następujące przesłanki art. 10 ust. 1 upk: dodatkowa płatność wykraczająca poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy, wyraźna zgoda konsumenta na dodatkową płatność oraz moment udzielenia przez konsumenta wyraźnej zgody.

Dodatkowa płatność wykraczająca poza uzgodnione wynagrodzenie

Aby wykazać, że Novanet swoim zachowaniem dopuściła się naruszenia zakazu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, działając w sprzeczności z art. 10 ust. 1 upk, ocenić należy najpierw, czy opłaty za usługi, o których mowa w pkt I.2 sentencji niniejszej decyzji, stanowią dodatkową płatność wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne Spółki.

Ustawa o prawach konsumenta nie definiuje pojęcia „dodatkowej płatności wykraczającej poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy”, niemniej jednak stwierdzić należy, iż głównym obowiązkiem umownym Spółki w stosunkach z konsumentami jest świadczenie usług telekomunikacyjnych wskazanych w umowie. Jednocześnie, w ocenie Prezesa Urzędu, na gruncie art. 10 ust. 1 upk, pojęcie „głównych obowiązków umownych przedsiębiorcy” powinno być rozpatrywane łącznie z pojęciem „uzgodnionego wynagrodzenia”. W ramach omawianego przepisu tworzą one bowiem funkcjonalną całość. Oznacza to, że o tym, czy określona płatność ma charakter płatności dodatkowej w rozumieniu art. 10 ust. 1 upk, decydować będzie przede wszystkim to, czy wykracza ona poza kwotę miesięcznego zobowiązania finansowego konsumenta w postaci abonamentu.

Odnosząc się już do samego charakteru usług, których dotyczy przedmiotowe postępowanie – jak podnosi się w piśmiennictwie - postanowienie określające główne obowiązki umowne stron, ma charakter konstytutywny dla danego stosunku prawnego⁴. W przypadku umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, do świadczeń głównych zaliczyć można m.in. zapewnienie konsumentowi możliwości wykonywania lub odbierania połączeń. Wskazane powyżej usługi telekomunikacyjne stanowią zatem główne zobowiązania Przedsiębiorcy wobec konsumenta. Jak wskazuje się w doktrynie, obok tego mogą być świadczone usługi dodatkowe, towarzyszące usługom telekomunikacyjnym, zapewniające specjalne możliwości lub udogodnienia przy korzystaniu z telekomunikacji lub przy rozliczeniach z tytułu wykorzystanych usług⁵. Do takich właśnie usług zaliczyć można usługę dodatkową określoną w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, prezentację numeru CLIP i wykaz połączeń w formie wydruku.

Głównym obowiązkiem Novanet jest świadczenie usług telekomunikacyjnych. To za usługi telekomunikacyjne (czyli możliwość wykonywania i odbierania połączeń) konsumenci są zobowiązani do ponoszenia comiesięcznych kosztów, tj, abonamentu. Świadczenie wskazanych wyżej usług dodatkowych nie należy do głównych obowiązków umownych Spółki. Usługa dodatkowa w postaci prezentacji numeru CLIP pozwala na identyfikację

4 Kaczmarek-Templin B., Stec P., Szostek D., *Ustawa o prawach konsumenta, Kodeks cywilny (wyciąg). Komentarz*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2014, s. 90.

5 Piątek S., *Prawo telekomunikacyjne. Komentarz.*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2013, s. 404.

numeru dzwoniącego na wyświetlaczu telefonu, wykazu połączeń w formie wydruku (biling) to wysyłany co miesiąc dokument, a usługa dodatkowa opisana w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez Spółkę polega na tym, że „w przypadku istniejących w chwili lub po zgonie Abonenta zaległości z tytułu świadczonych Usług (usług telekomunikacyjnych), w związku z świadczoną usługą dodatkową w zamian za opłatę, Dostawca Usług oświadcza, iż wszelkie zaległości istniejące lub powstałe w chwili lub po zgonie Abonenta nie będą przedmiotem jakichkolwiek roszczeń przeciwko ewentualnym spadkodawcom Abonenta”.

Usługi objęte niniejszym postępowaniem stanowią zatem pewnego rodzaju wzbogacenie posiadanych już przez konsumentów usług. Usługi te nie są objęte abonamentem, nie mają też wpływu na świadczenie przez Spółkę innych usług telekomunikacyjnych, w tym przede wszystkim głównej usługi, która jest przedmiotem umowy.

Związanych z przedmiotowymi usługami płatności nie można zakwalifikować jako uzgodnionego wynagrodzenia za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy. Płatności za korzystanie z ww. usług nie są bowiem uwzględnione w opłacie abonamentowej, lecz stanowią – rozliczane poza nią – dodatkowe opłaty.

Mając na uwadze powyższe, płatności związane z ww. usługami dodatkowymi stanowią dodatkową płatność wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne Spółki, o których mowa w art. 10 ust. 1 upk.

Wyraźna zgoda konsumenta

Stosownie do art. 10 ust. 1 upk, przedsiębiorca zobowiązany jest uzyskać wyraźną zgodę konsumenta na każdą dodatkową płatność wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy. Jak wykazano powyżej, płatności związane usługami dodatkowymi świadczonymi przez Spółkę – stanowią dodatkową płatność wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne. Dla możliwości przypisania Spółce stosowanej praktyki, wskazanej w pkt I.2 sentencji niniejszej decyzji, konieczne jest wykazanie, że Spółka, wbrew dyspozycji art. 10 ust. 1 upk, nie uzyskiwała od konsumentów – najpóźniej w chwili wyrażenia przez nich woli związania się umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych – wyraźnej zgody na dodatkową płatność związaną z ww. usługami.

Na gruncie obowiązującej ustawy o prawach konsumenta pojęcie „uzyskania wyraźnej zgody konsumenta” nie zostało zdefiniowane. Niemniej jednak pojęcie to należy interpretować jako wymagające podjęcia przez konsumenta działania, na przykład zaznaczenia odpowiedniego pola na stronie internetowej⁶.

W przypadku Novanet „krzyżyki” w okienkach znajdujących się przy nazwie usługi dodatkowej są nadrukowane, konsument nie ma zatem możliwości ich samodzielnego zaznaczenia. Ponadto w opinii Prezesa Urzędu podpisanie przez konsumenta oświadczenia o zapoznaniu się z wzorcami umów składającymi się na umowę – w ocenie Prezesa Urzędu – nie może zostać uznane za udzielenie wyraźnej zgody na dodatkowe płatności wynikające z korzystania z tych usług w ramach umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub w związku z nią, które pociągają za sobą konieczność uiszczenia dodatkowej płatności

⁶ Wytyczne DG ds. Sprawiedliwości dotyczące dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/89/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, pkt 6.5.1., s. 57 (dostępne na stronie https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_pl.pdf).

wykraczającej poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy (na gruncie niniejszej sprawy – objęte abonamentem w stałej miesięcznej wysokości).

Zgoda konsumenta na dodatkową płatność musi być jasna i wyraźna⁷. Podpis pod umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych, na której znajdują się „okienka” dotyczące usług dodatkowych od samego początku zaznaczone na „tak”, nie posiada waloru jasnej i wyraźnej zgody. W art. 10 ust. 1 upk ustawodawca, uwzględniając specyfikę sytuacji, w której konsument może zostać obciążony dodatkową płatnością wykraczającą poza podstawowe, cykliczne płatności, które uiszczą będzie na rzecz przedsiębiorcy, zdecydował się na wprowadzenie bardziej restrykcyjnych wymogów odnoszących się do udzielanej przez konsumenta zgody.

W ocenie Prezesa Urzędu, udzielenie przez konsumenta wyraźnej zgody na wszelkie dodatkowe płatności wykraczające poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy, powinno sprowadzać się do stwierdzenia „tak” lub „nie” opatrzonego odpowiednimi informacjami dotyczącymi zarówno usług, których zgoda ta dotyczy, konkretnych wysokości opłat z nimi związanych, jak i szczególnych zasad odnoszących się do świadczenia przedmiotowej usług. Zgoda taka, aby móc zostać uznana za wyraźną, powinna być również wyodrębniona spośród innych postanowień wzorca. Pogląd ten znajduje odzwierciedlenie w stanowisku Dyrekcji Generalnej ds. Sprawiedliwości, zastosowanie bowiem domyślnie zaznaczonego pola lub umieszczenie klauzuli generalnej w warunkach ogólnych, nie spełnia wymagań, o których mowa w art. 10 ust. 1 upk⁸.

Ratio legis wprowadzenia komentowanego przepisu do polskiego porządku prawnego było zapewnienie konsumentom ochrony przed dodatkowymi płatnościami, na które wcześniej nie została wyrażona zgoda. Ponadto, celem tego przepisu było wyodrębnienie z szerokiego wolumenu usług telekomunikacyjnych usług, które łączą się z koniecznością uiszczania dodatkowych opłat, nieobjętych cykliczną opłatą abonamentową, którą uznać należy za uzgodnione wynagrodzenie przedsiębiorcy telekomunikacyjnego za jego główne obowiązki umowne. Ustawa, wprowadzając art. 10 ust. 1, zapewnia konsumentowi możliwość podjęcia decyzji dotyczącej dodatkowych, płatnych opcji w sposób świadomy i samodzielny⁹.

Moment udzielenia przez konsumenta wyraźnej zgody

Jak wykazano powyżej, Novanet nie uzyskiwała od konsumentów wyraźnej zgody na dodatkowe płatności związane ze świadczeniem usług dodatkowych. Mając na uwadze jednak, iż zgodnie z art. 10 ust. 1 upk, taka zgoda powinna zostać udzielona najpóźniej chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową, przesłanka ta zostanie omówiona poniżej.

Ustawodawca wyznacza treścią art. 10 ust. 1 upk ostateczny moment, w którym to przedsiębiorca powinien uzyskać zgodę konsumenta na każdą dodatkową płatność wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy.

⁷ Kaczmarek Templin B., Stec P., Szostek D. (red.), *Ustawa o prawach konsumenta, Kodeks cywilny (wyciąg). Komentarz*, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2014, s. 89.

⁸ Wytyczne DG ds. Sprawiedliwości dotyczące dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/89/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, pkt 6.5.1., s. 57 (dostępne na stronie https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/crd_guidance_pl.pdf).

⁹ Kaczmarek-Templin B., Stec P., Szostek D. (red.), *Ustawa o prawach konsumenta, Kodeks cywilny (wyciąg). Komentarz*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2014, s. 90.

Przyjmuje się, że chwilą wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową jest bowiem chwila, w której konsument przez jakiegokolwiek zachowanie wyraził swą wolę związania się umową określonej treści niezależnie od tego, kiedy to oświadczenie woli konsumenta dotarło do przedsiębiorcy¹⁰

W przedmiotowym stanie faktycznym Spółka, stosownie do art. 10 ust. 1 upk, była zobowiązana uzyskać wyraźną zgodę konsumenta na dodatkową płatność związaną ze świadczeniem usług dodatkowych najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Wyrażenie przez konsumenta takiej zgody powinno zatem nastąpić przed podpisaniem przez niego umowy. Przyjęty przez Novanet model, polegający na automatycznym aktywowaniu konsumentom przedmiotowych usług, w ocenie organu ochrony konkurencji i konsumentów, nie spełniał także wymogów odnoszących się do chwili wyrażenia przez konsumenta wyraźnej zgody na dodatkowe płatności, o której mowa w art. 10 ust. 1 upk.

Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności należy podkreślić, że świadczenie konsumentom niezamówionych usług dodatkowych powoduje zwiększenie comiesięcznych kosztów za usługi telekomunikacyjne. Zazwyczaj to właśnie chęć opłacania niższego abonamentu kieruje zachowaniem konsumenta, który wyraża zgodę na przyjazd kuriera z umową do podpisu. W sytuacji, gdy konsument był zachęcany zawarciem umowy, której koszt miał wynosić 29,99 lub 30 zł brutto, wzrost opłaty o prawie 15 zł tytułem opłaty za trzy usługi dodatkowe należy ocenić jako znaczne obciążenie finansowe. Spółka żąda bowiem od konsumenta opłaty wyższej o ok. 50% niż ta, którą kierował się konsument podpisując dokumenty (niezależnie od innych czynników).

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 Spółka nie tylko nie wyjaśnia, jak funkcjonują poszczególne usługi dodatkowe, lecz także nie informuje o ich koszcie oraz nie uwzględnia zainteresowania konsumenta tymi usługami (bądź jego braku).

Zebrany przez Prezesa Urzędu materiał dowodowy wskazuje, że w trakcie pierwszej rozmowy telefonicznej konsument nie otrzymywał informacji o usługach dodatkowych, a osoby działające w imieniu Spółki nie uzyskiwali w zakresie świadczenia tych usług odpowiednich zgód.

Po pierwsze, w ankietach przygotowanych przez Prezesa Urzędu żaden z konsumentów nie wskazał aby w toku sprzedażowej rozmowy telefonicznej osoby działające w imieniu Przedsiębiorcy przekazywały informacje o ww. usługach i uzyskiwały w zakresie świadczenia tych usług odpowiednie zgody konsumentów, a 85 % konsumentów wskazało, że konsultanci nie przekazywali informacji o wyżej wymienionych usługach dodatkowych i nie uzyskiwali w zakresie świadczenia tych usług odpowiednich zgód.

Po drugie, [tajemnica przedsiębiorcy] oświadczył, że prezentacja oferty usług dodatkowych oraz uzyskanie zgody konsumenta na ich świadczenie odbywa się na etapie

10 Kaczmarek-Templin B., Stec P., Szostek D. (red.), *Ustawa o prawach konsumenta, Kodeks cywilny (wyciąg). Komentarz*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2014, s. 74.

wizyty handlowca (kuriera) u klienta, co wyklucza, w opinii Prezesa Urzędu, aby taka zgoda była uzyskiwana podczas sprzedażowej rozmowy telefonicznej. Twierdzenie [tajemnica przedsiębiorcy] nie jest prawdziwe, gdyż analiza wszystkich kopii umów, które zostały przekazane Prezesowi Urzędu wskazuje, że usługi dodatkowe były już automatycznie zaznaczone na umowach jeszcze przed ich dostarczeniem bez wiedzy i zgody konsumenta, a w chwili dostarczenia do umów był tylko wpisywany odręcznie numer PESEL. Zatem konsument nie miał możliwości wyrazić bądź nie wyrazić zgody na dodatkowe usługi.

Po trzecie, analiza przekazanych przez Spółkę nagranych rozmów weryfikacyjnych (powitalnych) wskazuje, że w ich trakcie, konsultanci podtrzymywali i utwierdzali konsumentów w błędnym przekonaniu, że podawana w trakcie składania propozycji zawarcia umowy kwota abonamentu obejmuje nie tylko usługę pakietu minut, ale również usługi dodatkowe i stanowi ona cenę finalną, jaką będzie płacił konsument.

Zebrany przez Prezesa Urzędu materiał dowodowy wskazuje, że ani podczas sprzedażowej rozmowy telefonicznej, ani podczas rozmów weryfikacyjnych (powitalnych) osoby działające w imieniu Przedsiębiorcy nie przekazują konsumentom informacji o usługach dodatkowych i nie uzyskują w zakresie świadczenia tych usług odpowiednich zgód konsumentów. W związku z tym zasadne jest stwierdzenie, że Przedsiębiorca od samego początku swojej działalności mógł nie mieć zamiaru uzyskiwania zgody klientów na świadczenie usług dodatkowych.

Konsument zatem nie ma nawet możliwości wyrażenia woli nabycia lub zrezygnowania z tych usług, ponieważ są one zawsze zaznaczone na umowie. W celu rezygnacji z ww. usług konsument musi złożyć odpowiednie oświadczenie woli, np. jeśli konsument chce zrezygnować z usługi dodatkowej określonej w dziale III umowy musi on wypowiedzieć umowę w tym zakresie.

Jak wyżej wykazano, żądanie zapłaty za niezamówione usługi dodatkowe, wywołuje przede wszystkim negatywne konsekwencje finansowe po stronie słabszego uczestnika rynku. Niemniej jednak nie jest to jedyny aspekt praktyki Novanet. Konsument ma bowiem prawo do podjęcia autonomicznej decyzji również w zakresie świadczenia mu usług dodatkowych. Usługi te, które są dodatkowo płatne, każdorazowo powinny być efektem odrębnej decyzji, niezależnej od głównego przedmiotu świadczenia. Proces myślowy w tym zakresie powinien być niezakłócony, co nie oznacza oczywiście całkowicie biernej postawy przedsiębiorcy. Operator ma bowiem prawo stosować techniki mające na celu zachęcenie konsumenta do zamówienia danych usług, niemniej ostateczna decyzja w tym zakresie należy wyłącznie do usługobiorcy i powinna zostać przez niego dokonana poprzez zakreślenie odpowiedniej pozycji na umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Zachowanie Spółki ocenić należy jako nieuczciwe, również dlatego, że świadczenie konsumentowi niezamówionej usługi lub usługi dodatkowej z żądaniem zapłaty za nie, kreuje u konsumentów wyobrażenie istnienia pomiędzy nim a Spółką stosunków umownych. Konsumenti tymczasem zazwyczaj dowiadują się o zawarciu umowy z nowym dostawcą dopiero po otrzymaniu faktury VAT. Widnieją na nich również opłaty za usługi dodatkowe, których Spółka żąda za ich świadczenie, a konsumenci zazwyczaj nawet nie mają świadomości, że jakiegokolwiek usługi dodatkowe są na ich rzecz świadczone. Świadczenie konsumentom usługi w postaci usługi dodatkowej określonej w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, prezentacji numeru CLIP i wykazu połączeń w formie wydruku może odbywać się bowiem bez wiedzy konsumentów. Uzyskanie wiedzy w zakresie odpłatności usług dodatkowych jest możliwe dopiero z dokładnej analizy umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub analizy otrzymanych faktur, podczas gdy

konsument powinien zostać poinformowany o odpłatności takich usług na wcześniejszym etapie.

Mając na uwadze powyższe, Prezes Urzędu stwierdził, że opisane zachowanie Spółki spełnia przesłanki naruszenia z art. 10 ust. 1 upk.

Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

Przesłanka ta jest spełniona, gdy działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości rozumianej jako nieokreślona i nieograniczona grupa podmiotów, których nie da się zidentyfikować. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji zbiorowego interesu konsumentów, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów.

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

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pod tym pojęciem należy rozumieć *stricte* ekonomiczne interesy konsumentów (o wymiarze majątkowym) oraz prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość

dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy.

Zarzucone Spółce praktyki mogą naruszać pozaekonomiczne i ekonomiczne interesy konsumentów na etapie przedkontraktowym, na etapie zawierania umowy oraz na etapie wykonywania umowy.

Praktyka z pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji może godzić przede wszystkim w prawo konsumentów do uzyskania rzetelnych informacji o tożsamości Spółki, przedmiocie jej oferty i rzeczywistym celu wizyty kuriera w miejscu zamieszkania konsumenta. Sugerowanie, a nawet jednoznaczne wskazywanie przez przedstawicieli Spółki, że działają w imieniu znanego konsumentowi dotychczasowego operatora w celu przedłużenia umowy lub zmiany jej warunków, może wprowadzać konsumenta w błąd. Takie informacje uniemożliwiają konsumentowi ustalenie, jaki przedsiębiorca nawiązał z nim kontakt i zaproponował zawarcie umowy. Mogą zarazem wpływać na konkretne decyzje konsumentów o zawarciu umowy ze Spółką, z czym związane są określone skutki finansowe, wynikające z faktu zawarcia tej umowy, jak i ewentualnego rozwiązania przez konsumenta jednej z wiążących go umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Należy zauważyć, że w przypadku, gdy umowa konsumenta z dotychczasowym operatorem jest umową zawartą na czas oznaczony, której termin jeszcze nie upłynął, jednostronne rozwiązanie takiej umowy przez konsumenta spowoduje, że zgodnie z przepisami ustawy z dnia 16 lipca 2004 Prawo telekomunikacyjne (tekst jednolity: Dz. U. z 2019 r., poz. 2460 ze zm.; dalej jako: „pt”) będzie co do zasady zobowiązany do zwrotu kosztów udzielonych mu przez tego operatora ulg. Jeżeli natomiast konsument chciałby rozwiązać umowę ze Spółką zawartą na czas oznaczony, takie koszty poniesie na rzecz Spółki. W konsekwencji praktyka Spółki może naruszać ekonomiczne interesy konsumentów. Poza ww. skutkami, praktyka Spółki może powodować określone niedogodności czy utrudnienia po stronie konsumenta, jeżeli np. w ramach umowy z dotychczasowym operatorem konsument korzystał z pakietu usług (np. usług telefonicznych i dostępu do Internetu). Biorąc pod uwagę, że Novanet oferuje konsumentom głównie usługi telefonii stacjonarnej, zawarcie z nią umowy może w tej sytuacji wiązać się z koniecznością zawarcia przez konsumenta jeszcze innej, dodatkowej umowy, aby mógł korzystać z poszczególnych usług, które do tej pory w całym pakiecie świadczył na jego rzecz dotychczasowy operator.

Ponadto naruszenie pozaekonomicznych interesów związane jest z wywołaniem u konsumenta poczucia wprowadzenia go w błąd, tj. bycia adresatem nieuczciwej praktyki. U wielu konsumentów może taka sytuacja wywołać dotkliwy dyskomfort, zwłaszcza u osób starszych, bardziej podatnych na stres. W odczuciu konsumentów, którzy uchybili terminowi na odstąpienie, ponieważ nie wiedzieli o dokonaniu czynności prawnej ze Spółką, dalsza (niechciana) współpraca z nieuczciwym przedsiębiorcą może budzić poczucie niesprawiedliwości. Konsumentom, wobec których stosowana jest przedmiotowa praktyka mogą podjąć 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, zwrócić się o pomoc do osób trzecich celem ich realizacji itp. Wprowadzenie w błąd co do przedmiotu oferowanej usługi i rzeczywistego celu rozmowy lub wizyty, przez sugerowanie, że składana oferta i dokumenty przedkładane konsumentom dotyczą zmiany warunków umowy zawartej z dotychczasowym usługodawcą, podczas gdy w rzeczywistości dotyczą zawarcia nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z Novanet Sp. z o.o. wiąże się ponadto z zakończeniem współpracy z dotychczasowym dostawcą usług, z którym konsument nierzadko jest związany przez wiele lat. Zakończenie tej relacji może dla konsumenta wiązać się z

poczuciem utraty zaufanej marki, tj. renomy poprzedniego dostawcy, zadowolenia ze współpracy.

Praktyka opisana w pkt I.2 sentencji niniejszej decyzji, polegająca na obciążaniu konsumentów dodatkową płatnością za usługi w postaci usługi dodatkowej określonej w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, prezentacji numeru CLIP i wykazu połączeń w formie wydruku, wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy bez uzyskania wyraźnej zgody konsumenta narusza interesy konsumentów na etapie zawierania i (przede wszystkim) wykonywania umowy. Pobieranie opłat za usługi dodatkowe, na które konsumenci nie wyrazili zgody, w sposób oczywisty narusza ekonomiczne interesy konsumentów. Odpłatne usługi dodatkowe, które niekiedy nie mają związku z usługami telekomunikacyjnymi (usługa dodatkowa określona w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych), stanowią znaczny koszt w świetle opłaty miesięcznej. Za taki można uznać bowiem prawie 50 % wzrost opłat (względem opłaty, którą konsumenci się kierowali, czyli 29,99 lub 30 zł brutto). Mając na uwadze fakt, że większość klientów Spółki stanowią osoby starsze, a w pismach kierowanych do Urzędu wskazują na niskie dochody z tytułu emerytury lub renty, każdą opłatę wykraczającą poza główne świadczenie uznać należy za poważny uszczerbek na sytuacji materialnej konsumentów. Co więcej, nie są oni pytani o zainteresowanie usługami dodatkowymi, nie są informowani o warunkach ich świadczenia ani koszcie. Będąc świadomym funkcjonowania poszczególnych usług, konsumenci mogliby je uznać za nieprzydatne w ich sytuacji i tym samym mogliby nie godzić się na ich świadczenie. Ponadto opisana w niniejszym akapicie praktyka narusza pozaekonomiczne interesy konsumentów – wywołuje dyskomfort w związku z wywołaniem u konsumenta poczucia wprowadzenia w błąd. Dodatkowo, konsumenci którzy nie są zainteresowani ww. usługami dodatkowymi muszą złożyć oświadczenie o rezygnacji z ich świadczenia, co wymaga poświęcenia na to swojego czasu.

Uwzględniając, że praktyki określone w pkt I.1– I.2 sentencji niniejszej decyzji naruszają zbiorowe interesy konsumentów w sposób opisany powyżej, Prezes Urzędu przypisał Spółce stosowanie praktyk sprzecznych z prawem lub dobrymi obyczajami, tj. spełniających przesłanki art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Rygor natychmiastowej wykonalności (pkt II sentencji decyzji)

Zgodnie z art. 103 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu może nadać decyzji w całości lub w części rygor natychmiastowej wykonalności. Okolicznością warunkującą zastosowanie rygoru natychmiastowej wykonalności jest wystąpienie ważnego interesu konsumentów. Oznacza to, że nie w każdej sprawie, w której naruszony został interes konsumentów, zasadnym jest zastosowanie omawianej instytucji. Należy ją uwzględnić tylko wtedy, gdy mamy do czynienia z ważnym interesem konsumentów, a więc istotnym i doniosłym. Nadanie decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności musi zatem poprzedzać dokonanie ustalenia, jaki interes konsumentów doznał w danym przypadku naruszenia oraz czy jest on na tyle ważny, by wydanej decyzji nadać rygor natychmiastowej wykonalności.

Kierując się ważnym interesem konsumentów, Prezes Urzędu nadał niniejszej decyzji rygor natychmiastowej wykonalności w części dotyczącej pkt I sentencji decyzji.

W zakresie postanowienia wskazanego w pkt I.1 sentencji decyzji przedmiotem ochrony jest ważny interes konsumentów wyrażający się w prawie konsumenta do uzyskania rzetelnych informacji o tożsamości Spółki, przedmiocie jej oferty i rzeczywistym celu rozmowy lub wizyty kuriera w miejscu zamieszkania konsumenta. Wskazać należy, że

sugerowanie, a nawet jednoznaczne wskazywanie przez przedstawicieli Spółki, że działają w imieniu znanego konsumentowi dotychczasowego operatora w celu przedłużenia umowy lub zmiany jej warunków, wprowadza konsumenta w błąd. Takie informacje uniemożliwiają konsumentowi ustalenie, jaki przedsiębiorca nawiązał z nim kontakt i zaproponował zawarcie umowy. Mogą zarazem wpływać na konkretne decyzje konsumentów o zawarciu umowy ze Spółką, z czym związane są określone skutki finansowe, wynikające z faktu zawarcia tej umowy, jak i ewentualnego rozwiązania przez konsumenta jednej z wiążących go umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

W zakresie postanowienia wskazanego w pkt I.2 sentencji decyzji przedmiotem ochrony jest ważny interes konsumentów wyrażający się w prawie konsumenta do podjęcia autonomicznej decyzji w zakresie świadczenia mu usług dodatkowych oraz przedstawienia mu specyfiki oraz kosztów związanych z tymi usługami. Tymczasem praktyka stosowana przez Spółkę powoduje *de facto* brak możliwości wyrażenia woli nabycia lub zrezygnowania z usług dodatkowych oraz konieczność ponoszenia znacząco wyższych kosztów za usługi, które konsumenci mogliby uznać za nieprzydatne w ich sytuacji i tym samym mogliby nie godzić się na ich świadczenie.

W konsekwencji nałożenie rygoru natychmiastowej wykonalności dotyczącego pkt I.1-I.2 sentencji decyzji, zmierza do ochrony ww. ważnych interesów konsumentów zarówno w aspekcie ekonomicznym, jak również pozaekonomicznym. W ocenie Prezesa Urzędu, tylko natychmiastowe wykonanie przez Spółkę obowiązku zakazu wykorzystywania zakwestionowanych niniejszą decyzją postanowień z pkt I.1-I.2 sentencji decyzji zagwarantuje ochronę gospodarczych interesów konsumentów. W przeciwnym przypadku do czasu uprawomocnienia się niniejszej decyzji kwestionowane praktyki Spółki mogłyby być nadal stosowane, pogłębiając negatywne skutki dla konsumentów. Brak nałożenia rygoru może oznaczać więc skuteczną, z punktu widzenia Spółki, kontynuację stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów z korzyścią dla siebie. Wobec powyższego, natychmiastowe zaprzestanie stosowania opisanych ww. praktyk ma decydujące znaczenie dla zapobieżenia naruszenia ważnego interesu konsumentów.

Ze względu na rażące naruszanie przez Spółkę opisanych wyżej interesów konsumentów, Prezes Urzędu zdecydował się nadać obowiązkowi zaniechania zakwestionowanych niniejszą decyzją praktyk rygor natychmiastowej wykonalności. W ocenie Prezesa Urzędu, tylko bowiem w ten sposób zostanie w pełni zrealizowana funkcja prewencyjna wydanej decyzji.

Z uwagi na powyższe oraz na konieczność szybkiego reagowania na określone w pkt I.1-I.2 naruszenia, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt II sentencji niniejszej decyzji.

Obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia (pkt III sentencji decyzji)

Zgodnie z art. 26 ust. 2 uokik, Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w szczególności może zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu zdecydował o nałożeniu na Novanet obowiązku skierowania listem poleconym - w terminie 2 (dwóch) miesięcy od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji - do wszystkich konsumentów, którzy zawarli umowy z Novanet Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, sformułowanej w sposób czytelny i zrozumiały pisemnej informacji o treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w decyzji z dnia 8 września

2020 r. nr RŁO 7/2020 uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania Novanet Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie polegające na:

- wprowadzającym w błąd informowaniu konsumentów, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, o przedmiocie oferowanej usługi i rzeczywistym celu rozmowy lub wizyty, przez sugerowanie, że składana oferta i dokumenty przedkładane konsumentom dotyczą zmiany warunków umowy zawartej z dotychczasowym usługodawcą, podczas gdy w rzeczywistości dotyczą zawarcia nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z Novanet Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, a tym samym zmiany usługodawcy,
- obciążaniu konsumentów dodatkową płatnością za usługi w postaci usługi dodatkowej określonej w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, prezentacji numeru CLIP i wykazu połączeń w formie wydruku, wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy bez uzyskania wyraźnej zgody konsumenta,

Treść decyzji nr RŁO 7/2020 dostępna jest na stronie www.uokik.gov.pl”.

Środek ten, w ocenie Prezesa Urzędu, pozwoli zrealizować przede wszystkim cele informacyjne i edukacyjne decyzji. Informacja o wydaniu decyzji zostanie przekazana wszystkim konsumentom, którzy mogli być poszkodowani w wyniku działań Spółki. Dzięki temu mogą oni zdecydować o dochodzeniu swoich indywidualnych roszczeń na drodze cywilnoprawnej.

Ponadto stosowane przez Novanet praktyki mogły wywołać wśród konsumentów poczucie niesprawiedliwości i wprowadzenia ich w błąd, co u wielu z nich było związane z dotkliwym dyskomfortem, zwłaszcza u osób starszych, bardziej podatnych na stres. W związku z tym otrzymanie informacji o wskazanej wyżej treści może na nowo wzbudzić u potencjalnie poszkodowanych konsumentów poczucie sprawiedliwości. Co ważne, informacja o ww. treści powinna zwiększyć wśród konsumentów wiedzę o przepisach chroniących ich prawa – wskazuje bowiem jakie działania przedsiębiorców podejmowane wobec konsumentów mogą być uznane za sprzeczne z prawem.

Ponadto w przypadku uprawomocnienia się niniejszej decyzji, może ona stanowić prejudykat dla dochodzenia roszczeń przez indywidualnych konsumentów.

W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w pkt III sentencji niniejszej decyzji.

Nałożenie przez Prezesa Urzędu kary pieniężnej (pkt IV sentencji decyzji)

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

osiągnięty przez przedsiębiorcę w trzech kolejnych latach obrotowych poprzedzających rok nałożenia kary. Z kolei art. 106 ust. 6 ustawy przewiduje, że w przypadku, gdy przedsiębiorca nie osiągnął obrotu w okresie trzyletnim, o którym mowa w ust. 5, lub gdy obrót przedsiębiorcy obliczony na podstawie tego przepisu nie przekracza równowartości 100.000 euro, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nieprzekraczającej równowartości 10.000 euro.

Z informacji Spółki wynika, że jej obrót w 2019 r. wyniósł *[tajemnica przedsiębiorcy]* zł (*dowód: karty 1562-1564*), co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski w dniu 31 grudnia 2019 r., tj. 4,2585, stanowi *[tajemnica przedsiębiorcy]* 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 2019 r. jest więc wyższy niż 100.000 euro, co uzasadnia zastosowanie przy nałożeniu na Spółkę kary pieniężnej art. 106 ust. 1 ustawy, bez odniesienia do szczegółowych zasad ustalania wysokości kary przewidzianych w ust. 5 tego przepisu, mającego zastosowanie wówczas, gdy obrót przedsiębiorcy nie przekracza wartości 100.000 euro.

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

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

Zdaniem Prezes 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 tego środka represji.

Ustalenie wysokości kary w przedmiotowej sprawie w odniesieniu do każdej z praktyk wskazanych w pkt I 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 praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, określona w pkt I.1 sentencji decyzji

W pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu uznał działanie Spółki za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazał zaniechanie jej stosowania. Działanie to polega na wprowadzającym w błąd informowaniu konsumentów, w związku ze składaniem propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, o przedmiocie oferowanej usługi i rzeczywistym celu rozmowy lub wizyty, przez sugerowanie, że składana oferta i dokumenty przedkładane konsumentom dotyczą zmiany warunków umowy zawartej z dotychczasowym usługodawcą, podczas gdy w rzeczywistości dotyczą zawarcia nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z Novanet Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, a tym samym zmiany usługodawcy.

Wagę praktyki należy określić jako znaczną, ze względu na poważne skutki, które wywołuje w sferze interesów konsumentów. Prezes Urzędu w szczególności wziął pod uwagę, że praktyka stosowana przez Spółkę godzi 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 wpływających na podjęcie przez konsumenta decyzji o związaniu się daną umową. Przedmiotowa praktyka wywołuje ponadto skutki na etapie realizacji umowy, bowiem prowadzi do sytuacji, w której konsument zobowiązany jest do wykonywania umowy, której w innych okolicznościach nie musiałby wykonywać.

Poprzez swoje działania Spółka narusza zatem podstawowy obowiązek informacyjny względem konsumenta, pozbawiając go pełnych i rzetelnych informacji o przedmiocie zawieranej umowy i tym samym podmiocie, z którym umowa ta jest zawierana. Pod wpływem wprowadzających w błąd sugestii Spółki przeciętny konsument może podjąć decyzję dotyczącą czynności prawnej, której nie podjąłby, gdyby wiedział, jaki jest przedmiot zawieranej czynności prawnej oraz od kogo w rzeczywistości pochodzi otrzymany kontakt telefoniczny oraz osobisty. Uzyskując rzetelne informacje podczas rozmowy telefonicznej, przeciętny konsument mógłby nie wyrazić zgody na wizytę przedstawiciela Spółki wiedząc, że nie jest zainteresowany zmianą dostawcy usług. Przekazanie rzetelnych informacji o przedmiocie umowy podczas wizyty przedstawiciela Spółki mogłoby natomiast spowodować, że konsument nie podpisze okazywanych mu dokumentów. Mając powyższe na uwadze należy uznać, że określona w pkt I.1 praktyka narusza pozaekonomiczne interesy konsumentów, tj. prawo do uzyskania rzetelnych i prawdziwych informacji.

Zakwestionowana praktyka może również wywierać wpływ na konkretne decyzje konsumentów o zawarciu umowy ze Spółką, tj. zmianie dostawcy usług telekomunikacyjnych, z czym wiązać mogą się określone skutki finansowe. Jeżeli bowiem umowa konsumenta z dotychczasowym dostawcą jest umową zawartą na czas oznaczony, której termin jeszcze nie upłynął, a konsument zdecyduje o jej jednostronnym rozwiązaniu, będzie 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 będzie zobowiązany do poniesienia ww. opłat na rzecz Spółki. Działania Spółki mogą godzić tym samym również w ekonomiczne interesy konsumentów. Stopień szkodliwości tej praktyki jest więc niewątpliwie znaczny.

Prezes Urzędu wziął także pod uwagę charakter oferowanego przez Novanet produktu, z którym związana jest praktyka Spółki. Podkreślenia bowiem wymaga, że dostęp do usług telekomunikacyjnych stanowi istotny element funkcjonowania gospodarstwa domowego konsumenta. Szczególnie ważny jest dostęp do stacjonarnej sieci telefonicznej, która dla wielu, głównie starszych konsumentów, jest podstawowym sposobem kontaktu z innymi. Usługi telekomunikacyjne są dla osób starszych szczególnie istotne w ewentualnych sytuacjach, w których potrzebują pomocy i muszą zwrócić się o nią do innych. Przedmiotowa praktyka ma 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 niniejszej praktyki Prezes Urzędu wziął po uwagę fakt, że jest to najczęściej pojawiający się w pismach kierowanych do Urzędu zarzut dotyczący funkcjonowania Spółki. Prezes Urzędu ustalił również, że przedmiotowa praktyka miała charakter długotrwały i była stosowana przez Spółkę od niemal początku działalności. Spółka rozpoczęła pozyskiwanie klientów od listopada 2016 r. (*dowód: karta 29*), a jedna z pierwszych skarg konsumentów na wprowadzające w błąd informowanie dotyczy umowy zawartej 13 stycznia 2017 r. (*dowód: karty 288-293*).

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzą o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie [*tajemnica przedsiębiorcy*] % obrotu Spółki w 2019 r., tj. [*tajemnica przedsiębiorcy*] zł.

Dokonując ustalenia ostatecznego wymiaru kary pieniężnej nałożonej na Spółkę, Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących.

Ocena zgromadzonego materiału dowodowego w zakresie ww. praktyki wskazuje na umyślne naruszenie przez Spółkę zakazu wyrażonego w art. 24 uokik. W ocenie Prezesa Urzędu, przekazywanie konsumentom nieprawdziwych informacji o tożsamości Spółki świadczy o zamiarze Spółki wykorzystania mylnego przekonania konsumentów dla pozyskania jak największej liczby klientów i uzyskania maksymalnych zysków z zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w tym z opłat, o których mowa w art. 57 ust. 6 pt Spółka musi bowiem zdawać sobie sprawę, choćby z uwagi na otrzymywane sygnały z różnych źródeł (konsumenty, rzecznicy konsumentów, organy państwa, w tym organy ścigania), że informacje przekazywane konsumentom przez osoby działające w imieniu i na rzecz Spółki mają wprowadzający w błąd charakter. Spółka wie zatem, że osiąga korzyści majątkowe wskutek wprowadzenia konsumentów w błąd. Nie ma podstaw do przyjęcia, że Spółka nie jest świadoma tego, jak działają jej agenci. Podkreślenia przy tym wymaga, że Spółka nie zmieniła swoich praktyk pod wpływem otrzymywanych z wielu źródeł sygnałów o negatywnych skutkach tych działań dla interesów konsumentów. Mimo, że zawarte z podmiotami trzecimi umowy partnerstwa handlowego umożliwiały podjęcie stosownych czynności celem wyeliminowania istniejących nieprawidłowości, Spółka ich nie zastosowała. Nie wprowadzono również obowiązku nagrywania rozmów telefonicznych, co pozwoliłoby na weryfikację (przynajmniej częściową) przekazywanych informacji. Novanet nie rozpatrywała również pozytywnie reklamacji, w których informowano o stosowaniu kwestionowanego działania Spółki, jak również nie wyrażała zgody na polubowne rozwiązanie umowy. Uznać zatem można, że Spółka akceptowała model zawierania umów

przez jej przedstawicieli uwzględniający niniejszą praktykę, lub godziła się z możliwością jego stosowania, który przynosił (lub przynosi) jej korzyści finansowe. Zdaniem Prezesa Urzędu, nie można zatem uznać, że działania Spółki wobec konsumentów są przypadkowe. Brak reakcji w tym zakresie należy uznać za umyślność naruszenia. W piśmie z dnia 25 kwietnia 2017 r. Spółka wskazała, że podpisała [tajemnica przedsiębiorcy] umów, z tego od [tajemnica przedsiębiorcy] umów konsumenci odstąpili, a [tajemnica przedsiębiorcy] umów rozwiązała (dowód: karta 29), co oznacza, że bez mała [tajemnica przedsiębiorcy]% konsumentów zrezygnowało ze świadczenia usług przez Spółkę. W związku z powyższym, kwotę bazową należało zwiększyć o [tajemnica przedsiębiorcy] %.

W procesie kalkulacji kary Prezes Urzędu wziął także pod uwagę inną okoliczność obciążającą, tj. znaczny zasięg terytorialny naruszenia. Uwzględnienie przedmiotowej okoliczności jest skutkiem prowadzenia przez Spółkę działalności gospodarczej, w tym występowania skutków praktyki, na terenie całego kraju. Z uwagi na powyższe, kwotę bazową należało zwiększyć o [tajemnica przedsiębiorcy] %.

Prezes Urzędu nie dopatrywał się natomiast w niniejszej sprawie żadnych okoliczności łagodzących, które uzasadniałyby zmniejszenie wysokości kary.

Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyki stwierdzonej w pkt I.1 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 75 289 zł. Nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się zatem w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik w zw. z art. 106 ust. 7 pkt 1 uokik i jednocześnie stanowi [tajemnica przedsiębiorcy] % obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2019 r. czyli [tajemnica przedsiębiorcy] % kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.

W ocenie Prezesa Urzędu kara we wskazanej powyżej wysokości spełni stawiane przed nią cele. Zdaniem Prezesa Urzędu, 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, określona w pkt I.2 sentencji decyzji

W pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu uznał zachowanie Spółki polegające na obciążaniu konsumentów dodatkową płatnością za usługi w postaci usługi dodatkowej określonej w dziale III umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, prezentacji numeru CLIP i wykazu połączeń w formie wydruku, wykraczającą poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne przedsiębiorcy bez uzyskania wyraźnej zgody konsumenta

Oceniając stopień szkodliwości ww. praktyki Prezes Urzędu uwzględnił okoliczność, że ujawnia ona się na etapie zawierania umowy, ponadto mogła zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta po jej zawarciu. Poprzez stosowanie tej praktyki, Spółka narusza przede wszystkim ekonomiczne interesy konsumenta, obciążając go kosztem usług dodatkowych, na świadczenie których Spółka nie uzyskała wyraźnej zgody. Powoduje to jednocześnie utrudnienie konsumentowi podjęcie świadomej decyzji dotyczącej zamówienia innych usług dodatkowych, bardziej odpowiednich do sytuacji osobistej konsumenta.

Prezes Urzędu ustalił, że przedmiotowa praktyka ma charakter długotrwały, Spółka stosuje ją bowiem od początku swojej działalności, tj. od listopada 2017 r. i jest ona stosowana na dzień wydania decyzji.

W ocenie Prezesa Urzędu, ww. okoliczności, w tym wysoka szkodliwość opisanej praktyki, przesądzają o ustaleniu kwoty bazowej kary na poziomie *[tajemnica przedsiębiorcy]* % obrotu Spółki w 2019 r., tj. *[tajemnica przedsiębiorcy]* zł.

Podobnie jak przy ocenie pozostałych zarzutów, Prezes Urzędu uznał za okoliczność obciążającą, wpływającą na podwyższenie ustalonej kwoty bazowej kary, umyślność naruszenia i podwyższył kwotę bazową o *[tajemnica przedsiębiorcy]* %. W ocenie Prezesa Urzędu zamiarem Spółki jest opłacanie przez konsumenta usług dodatkowych, których nie zamawiał. Jednoznacznie przemawia za tym samo zachowanie Spółki – analiza wszystkich kopii umów, które zostały przekazane Prezesowi Urzędu wskazuje, że usługi te były już automatycznie zaznaczone bez wiedzy i zgody konsumenta. Prezes Urzędu nie ma wątpliwości, że Novanet od samego początku nie miała zamiaru pozyskiwania wyraźnej zgody konsumentów na świadczenie usług dodatkowych, co więcej – nie dała im nawet wyboru, ponieważ usługi dodatkowe zawsze były „włączone”. Konsument mógł z nich zrezygnować dopiero po podpisaniu umowy, poprzez złożenie stosownego oświadczenia. Zdaniem Prezesa Urzędu nie jest możliwe, by wśród wszystkich umów, które zostały mu przekazane, wszyscy konsumenci w pełni świadomie zgadzali się na usługi dodatkowe, tym bardziej, że nie są one niezbędne dla świadczenia usługi. Co więcej, podwyższają one comiesięczne opłaty, co w przypadku osób starszych jest argumentem za tym, by się nie godzić na ich świadczenie.

W procesie kalkulacji kary Prezes Urzędu wziął także pod uwagę inną okoliczność obciążającą, tj. znaczny zasięg terytorialny naruszenia. Uwzględnienie przedmiotowej okoliczności jest skutkiem prowadzenia przez Spółkę działalności gospodarczej, w tym występowania skutków praktyki, na terenie całego kraju. Z uwagi na powyższe, kwotę bazową należało zwiększyć o *[tajemnica przedsiębiorcy]* %.

Prezes Urzędu nie dopatrywał się natomiast w niniejszej sprawie żadnych okoliczności łagodzących, które uzasadniałyby zmniejszenie wysokości kary. Należy w szczególności zauważyć, że Spółka nie zaprzestała stosowania zarzuconej jej praktyki i nadal pobiera opłaty za usługi dodatkowe, a jej obrót z tego tytułu w roku 2019 wyniósł *[tajemnica przedsiębiorcy]* zł (*dowód: karta 1558*)

Biorąc pod uwagę powyższe, za stosowanie praktyki stwierdzonej w pkt I.2 rozstrzygnięcia decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 75 289 zł. Nałożona na Spółkę kara pieniężna mieści się zatem w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 uokik w zw. z art. 106 ust. 7 pkt 1 uokik i jednocześnie stanowi *[tajemnica przedsiębiorcy]* % obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2019 r. czyli *[tajemnica przedsiębiorcy]*% kary, jaką Prezes Urzędu miał prawo nałożyć na przedsiębiorcę.

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

Koszty postępowania (pkt V sentencji decyzji)

Zgodnie z art. 80 uokik, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Zgodnie z art. 77 ust. 1 uokik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, 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 uokik, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. 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 sentencji niniejszej decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania. W związku z powyższym, postanowiono obciążyć stronę postępowania kosztami postępowania w wysokości 125,90 zł (słownie: sto dwadzieścia pięć złotych dziewięćdziesiąt groszy).

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.

Wobec powyższego, orzeczono jak w pkt V sentencji decyzji.

Pouczenia

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 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (tekst jednolity Dz. U. z 2019 r., poz. 1460 ze zm., dalej jako: „kpc”) – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi, ul. Traugutta 25, 90-113 Łódź.

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 (tekst jednolity Dz. U. z 2020 r., poz. 755 ze zm.), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia w przedmiocie rygoru natychmiastowej wykonalności (pkt II sentencji decyzji), stosownie do treści art. 108 § 2 zd. 2 kpa, w związku z art. 83 uokik, jak również stosownie do art. 81 ust. 5 uokik, w związku z art. 479³² kpc, zażalenie na przedmiotowe postanowienie należy wnieść do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi, ul. Traugutta 25, 90-113 Łódź, w terminie tygodniowym od daty doręczenia decyzji.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt V sentencji niniejszej decyzji, stosownie do treści art. 264 § 2 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, w terminie **tygodnia** od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi, ul. Traugutta 25, 90-113 Łódź.

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 zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie w kwocie 500 zł.

Zgodnie z art. 103 ust. 1 i 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.

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

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 kpc, strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. 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. 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.

*Z upoważnienia
Prezesa
Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury*

Tomasz Dec