

**Stanowisko Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji  
i Konsumentów w sprawie transparentności umów  
o świadczenie usług telekomunikacyjnych**

Warszawa 2011 r.  
Departament Polityki Konsumenckiej UOKiK  
*stan prawny na 18 listopada 2011 r.*

## Spis treści:

I. Geneza, cel oraz oczekiwane efekty niniejszej inicjatywy .....	4
➤ Geneza działań Prezesa UOKiK na rzecz podniesienia poziomu transparentności umów stosowanych w obrocie konsumenckim .....	4
➤ Co należy rozumieć pod pojęciem niskiej transparentności umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych stosowanych w obrocie konsumenckim? .....	5
➤ Celem niniejszej inicjatywy jest .....	6
➤ Celem niniejszej inicjatywy nie jest .....	6
➤ Transparentność a regulacje prawne .....	8
II. Zanim zajmiemy się samą umową – procedura zawierania oraz dokonywania zmian warunków umowy .....	12
Zawieranie umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych .....	12
➤ Doręczenie na piśmie wzorców umów w przypadku umów abonamentowych .....	12
➤ Udostępnienie wzorców umowy w formie elektronicznej a zawarcie umowy o świadczenie przedpłaconych usług telekomunikacyjnych .....	15
➤ Udostępnienie wzorców umów w formie elektronicznej a abonamentowa umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych .....	16
Informacja o funkcjach nowoczesnych modeli telefonów .....	20
Procedura dokonywania zmian warunków umowy .....	21
➤ Zmiana warunków umowy będąca efektem zgodnych oświadczeń woli stron umowy .....	21
➤ „Jednostronna” zmiana warunków umowy, dokonywana przez dostawcę usług telekomunikacyjnych .....	25
Umowa abonamentowa a prawo odstąpienia od umowy. ....	28
III. Praktyczne problemy związane z brakiem transparentności wzorców umów wraz z propozycjami przeciwdziałania nieprawidłowościom .....	30
➤ Wielkość czcionki, układ strony, układ graficzny tekstu itp. ....	30
➤ Informacja w umowie (aneksie do umowy) o wysokości opłat abonamentowych .....	34
➤ Nieprawidłowe wskazywanie załączników do umowy (aneksu do umowy), które mają się stać integralną częścią umowy .....	38
➤ Predefiniowanie lub wymaganie zgody konsumenta na otrzymywanie informacji handlowych / rozpoczęcie świadczenia usług .....	39
➤ Umieszczanie w jednym dokumencie postanowień wszystkich ofert i pakietów taryfowych. ....	41
➤ Przenoszenie elementów i informacji przedmiotowo istotnych dla konsumenta z umowy do regulaminu lub cennika usług .....	42
➤ Stosowanie pojęć technicznych lub obcojęzycznych dla opisanie usługi telekomunikacyjnej, bez jednoczesnego zdefiniowania tych pojęć w umowie, regulaminie lub cenniku .....	44
➤ Stosowanie niezrozumiałych, niejasnych lub zawiłych postanowień wzorców umów .....	44
➤ Stosowanie w umowie postanowień sprzecznych z prawem albo postanowień wewnętrznie niespójnych, wzajemnie się wykluczających .....	45

➤ Wybiórcze przytaczanie w umowie treści przepisów prawa.....	46
➤ Brak konsekwencji w stosowanej terminologii .....	47
➤ Roszczenie o zwrot równowartości udzielonej ulgi .....	48
➤ Brak w umowie, a często również w regulaminie lub cenniku, informacji lub ostrzeżeń mogących mieć istotny wpływ na korzystanie przez konsumenta z usług telekomunikacyjnych	49
➤ Składanie przez abonenta oświadczeń woli w trakcie wykonywania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.....	50
➤ Brak dostatecznego rozróżnienia mechanizmu złożenia wypowiedzenia umowy oraz złożenia oświadczenia woli o nieprzekształcaniu umowy zawartej na czas oznaczony w umowę zawartą na czas nieoznaczony. ....	53
➤ Ogólne wnioski dotyczące stosowanych w obrocie konsumenckim wzorców umów: .....	55

IV. Konsekwencje braku przejrzystości wzorca umowy - sankcje za uchybienie obowiązku jasnego formułowania wzorców umownych .....	56
➤ Brak doręczenia / nieprawidłowe doręczenie konsumentowi wzorca umowy .....	56
➤ Zastosowanie wykładni <i>contra proferentem</i> – nakaz tłumaczenia postanowień niejednoznacznych i niezrozumiałych na korzyść konsumenta. ....	57
➤ Uznanie postanowienia wzorca za niedozwolone postanowienie umowne .....	58
➤ Decyzje Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów .....	58

## I. Geneza, cel oraz oczekiwane efekty niniejszej inicjatywy

### ➤ **Geneza działań Prezesa UOKiK na rzecz podniesienia poziomu transparentności umów stosowanych w obrocie konsumenckim**

Inicjatywa podjęcia dialogu i współpracy z dostawcami usług telekomunikacyjnych na rzecz podniesienia poziomu czytelności, zrozumiałości i dostępności wzorców umów wykorzystywanych do zawierania z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych jest realizacją jednego z głównych zadań - zgodnie z przyjętym przez Radę Ministrów dokumentem pn. *Polityka Konsumencka na lata 2010 – 2013*<sup>1</sup> - w zakresie rozwoju pro-konsumenckiego rynku. *Polityka Konsumencka na lata 2010 – 2013* określa główne kierunki działań Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w zakresie kształtowania i realizowania szeroko pojętej polityki konsumenckiej.

Wyniki prowadzonej przez Prezesa UOKiK analizy sytuacji panującej na rynku usług telekomunikacyjnych wskazały na konieczność podjęcia działań zmierzających do kształtowania pożądanych praktyk stosowanych przez przedsiębiorców w odniesieniu do kwestii przejrzystości umów i eliminowania z rynku tych praktyk, które nie spełniają wymogu transparentności. Wpływ na zaobserwowany stan rzeczy ma przede wszystkim masowość obrotu na rynku usług telekomunikacyjnych i powszechnie stosowany model umowy adhezyjnej.

Stosowanie przez przedsiębiorców niejasnych procedur zawierania oraz dokonywania zmian warunków umów, jak również niejasnych i nieczytelnych wzorców umów sprawia, iż zachwiana zostaje równowaga kontraktowa stron, a konsument, również ten uważny i świadomy, nie może być pewien swoich praw i obowiązków wynikających z zawartej umowy. Stosowanie niezrozumiałych postanowień wzorców umów uderza w podstawowe prawo konsumentów, jakim jest prawo do pełnej, rzetelnej i prawdziwej informacji, warunkującej możliwość podjęcia świadomej decyzji o zawarciu umowy. Brak czytelności, zrozumiałości i jednoznaczności wzorów umów, regulaminów, cenników i ogólnych warunków umów jest czynnikiem zniechęcającym konsumentów do czytania powyższych dokumentów, stanowiących przecież element zawieranej z przedsiębiorcą umowy. Niska transparentność wzorców umów znacznie utrudnia również wykonywanie umowy oraz rozwiązywanie potencjalnych sporów powstałych na gruncie umowy pomiędzy dostawcą usług a abonentem.

Kierując się postulatem budowania zaufania do organów państwa Prezes UOKiK nawiązał dialog z dostawcami publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, reprezentowanymi i zrzeszonymi w izbach gospodarczych: Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji (PIIT), Krajowej Izbie Gospodarczej Elektroniki i Telekomunikacji (KIGEiT) oraz Polskiej Izbie Komunikacji Elektronicznej (PIKE) – a więc izbach (w dalszej części dokumentu określanymi również zbiorczo mianem „Izb”) zrzeszających zdecydowaną większość przedsiębiorców świadczących w Polsce usługi telekomunikacyjne, w celu zapoznania się ze stanowiskiem i doświadczeniami przedsiębiorców, które mogą być pomocne dla pełnego zrozumienia problemów (niejednokrotnie obiektywnych) jakie stoją na przeszkodzie stosowaniu bardziej transparentnych procedur i wzorców umów. Celem dialogu z przedsiębiorcami telekomunikacyjnymi było przygotowanie niniejszego stanowiska Prezesa UOKiK w przedmiocie wymogów, jakie musi spełniać przejrzysta, czytelna, zrozumiała i łatwo dostępna umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w pełni odpowiadająca realiom rynku usług telekomunikacyjnych.

---

<sup>1</sup> Dokument dostępny w formie elektronicznej na stronie internetowej UOKiK pod adresem [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl) (zakładka „Konsumenci”, a następnie „Kompetencje Prezesa UOKiK”).

Nie budzi żadnych wątpliwości stwierdzenie, iż umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych, tak samo jak każda inna umowa, w szczególności zawierana pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem z wykorzystaniem wzorców umów, powinna być jasna, zrozumiała i sporządzona w łatwo dostępnej formie, czyniąc cały proces zawierania i wykonywania umowy transparentnym. Niemniej jednak, w toku konsultacji ujawnione zostały różnice zdań dotyczące niektórych zagadnień dotyczących transparentności umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, przedstawione w pismach zawierających stanowiska PIIT, KIGEiT oraz PIKE, opublikowanych wraz z niniejszym dokumentem. W przypadku najpoważniejszych zastrzeżeń i wątpliwości zgłaszanych przez Izby podjęto próbę wyjaśnienia tych kwestii bezpośrednio w tekście niniejszego stanowiska.

Bez względu na powyższe należy podziękować i docenić wysokie zaangażowanie Izb w prace poprzedzające przygotowanie niniejszego stanowiska, co świadczy o poważnym traktowaniu przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych potrzeby formułowania wzorców umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych w jasnej, zrozumiałej i łatwo dostępnej formie, służącej budowaniu przyjaznego konsumentom otoczenia rynkowego.

Prezes UOKiK zaprosił do współpracy w ramach niniejszej inicjatywy Ministerstwo Infrastruktury oraz Urząd Komunikacji Elektronicznej, celem wymiany doświadczeń i podniesienia efektywności działań w omawianym obszarze.

### ➤ **Co należy rozumieć pod pojęciem niskiej transparentności umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych stosowanych w obrocie konsumenckim?**

W pierwszej kolejności należy zauważyć, iż samo pojęcie przejrzystości lub transparentności wzorców umów nie zostało prawnie zdefiniowane, przy czym zarówno konsumenci jak i przedsiębiorcy bez trudu identyfikują przedstawione umowy jako przejrzyste lub nie. Zatem bez potrzeby podejmowania prób definiowania tego pojęcia, należy wyjaśnić, iż na potrzeby niniejszego opracowania pojęcie nieprzejrzystości umowy (niskiej transparentności umowy) oraz procesu jej zawierania lub dokonywania zmian, będzie traktowane możliwie szeroko, tak aby zakresem niniejszego opracowania objąć nie tylko zagadnienie treści wzorców, ale również problemy z prawidłowym doręczeniem lub udostępnieniem wzorca umowy. Zatem przedmiotem niniejszego opracowania jest w istocie zarówno niska transparentność wzorców umów, jak i nieprzejrzysty dla przeciętnego konsumenta proces zawierania, dokonywania zmian oraz wykonywania umowy. Zagadnienie transparentności procesu zawierania umowy obejmuje m.in. następujące zagadnienia:

- Prawidłowe doręczenie lub udostępnienie wzorców umów przed zawarciem umowy.
- Przekazywanie konsumentom rzetelnych, prawdziwych i pełnych informacji na temat warunków oferowanej umowy jak i warunków dokonywanych zmian umowy.
- Rzetelne przeprowadzenie procedury dokonywania zmian warunków umów za pomocą środków porozumiewania się na odległość wraz z dostarczeniem prawidłowego potwierdzenia dokonanych zmian.
- Problematyka dokonywania przez dostawcę usług telekomunikacyjnych „jednostronnych” zmian warunków umów.
- Prawo odstąpienia od zawartych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa umów oraz dokonanych zmian warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Jeżeli chodzi natomiast o przejrzystość samej umowy, przykładowo można wskazać, iż zagadnienie to obejmuje:

- Formę graficzną, w której wzorec przedkładany jest konsumentowi, tj. nieczytelny układ graficzny tekstu, mała czcionka, liczne wyjątki, odesłania i tzw. gwiazdki.
- Treść wzorca, która zawiera niejasną dla przeciętnego konsumenta terminologię (techniczną, prawniczą etc.), ocenne pojęcia, które nie zostały we wzorcu zdefiniowane i które umożliwiają dostawcy usług dowolną interpretację zawartych w nim postanowień.
- Zamieszczanie we wzorcu postanowień z góry przesądających o wyrażeniu przez konsumenta określonej zgody, w sytuacji gdy przepisy prawa dają konsumentom swobodę w zakresie jej wyrażenia.
- Stosowanie niejasnych, nieprecyzyjnych i nieczytelnych postanowień umownych, „ukrywanie” elementów istotnych dla przeciętnego konsumenta wśród postanowień o mniejszej wadze, stosowanie niejednolitej terminologii w danym wzorcu, stosowanie bardzo rozbudowanych klauzul umownych (długie, wielokrotnie złożone zdania, obejmujące niekiedy cały akapit).

#### ➤ **Celem niniejszej inicjatywy jest**

Podniesienie poziomu transparentności umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych<sup>2</sup>. Przedstawiając poniższe stanowisko Prezes UOKiK pragnie przyczynić się do wykształcenia na rynku usług telekomunikacyjnych dobrych praktyk w zakresie konstruowania, a następnie wykorzystywania przez dostawców usług telekomunikacyjnych wzorców służących do zawierania z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Uwzględniając fakt, iż niniejszy dokument posługuje się zarówno przykładami nieprawidłowości jak również formułuje zalecenia i wnioski, należy mieć nadzieję, iż niniejsze stanowisko stanie się „katalizatorem” zmian na rynku usług telekomunikacyjnych w obszarach niskiej transparentności umów. Zatem niniejsze stanowisko ma w założeniu pomóc w wykształceniu się przyszłych dobrych praktyk, w oparciu o doświadczenia nabyte na podstawie przeszłych i aktualnie występujących nieprawidłowości.

#### ➤ **Celem niniejszej inicjatywy nie jest**

Przygotowanie, w zastępstwie przedsiębiorców i ich organizacji, kodeksu dobrych praktyk regulującego zagadnienie transparentności umów. Idea samoregulacji wyklucza przygotowanie takiego dokumentu przez organ administracji publicznej i narzucenie go podmiotom, które mają kodeks stosować. Niemniej jednak opracowanie takiego kodeksu przez izby gospodarcze może, w ocenie Prezesa UOKiK, przyczynić się do podniesienia poziomu przejrzystości umów. Zatem Prezes UOKiK poddaje pod rozważenie i zachęca interesariuszy (w szczególności izby gospodarcze zrzeszające przedsiębiorców telekomunikacyjnych) do podjęcia prac nad kodeksem dobrych praktyk w przedmiotowym zakresie.

Przygotowanie, w zastępstwie przedsiębiorców i ich organizacji, standardowego wzoru umowy. Stworzenie jednego, odpowiadającego zróżnicowanej ofercie przedsiębiorców telekomunikacyjnych,

---

<sup>2</sup> Realizując założenia *Polityki Konsumenckiej na lata 2010 – 2013* Prezes UOKiK będzie podejmował analogiczne działania w innych branżach mających istotne znaczenie z punktu widzenia ochrony ekonomicznych interesów konsumentów.

wzorca umowy jest w zasadzie niewykonalne. Zatem w niniejszym dokumencie podjęto próbę określenia zestawu minimalnych standardów jakim powinna odpowiadać umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Opiniowane lub zatwierdzanie, na prośbę przedsiębiorców telekomunikacyjnych, wzorców umów wykorzystywanych do świadczenia usług telekomunikacyjnych. Biorąc pod uwagę liczbę przedsiębiorców telekomunikacyjnych jak również ilość oraz częstotliwość zmian ofert podjęcie tego typu działalności jest niemożliwie. Ponadto, zgodnie z przepisami prawa Prezes UOKiK nie posiada kompetencji do prowadzenia *ex ante* kontroli wzorców umów, będąc umocowanym jedynie do prowadzenia działań *ex post*. W trakcie prac poprzedzających wydanie niniejszego dokumentu jedna z Izb zwróciła uwagę na potrzebę usprawnienia działania prowadzonego przez Prezesa UOKiK rejestru niedozwolonych postanowień wzorców umów. W tym miejscu należy zaznaczyć, iż Prezes UOKiK dostrzega niedoskonałości w funkcjonowaniu rejestru, w związku z czym podjęto prace, które w założeniu mają uczynić przedmiotowy rejestr bardziej przyjaznym i czytelnym zarówno dla konsumentów jak i przedsiębiorców. Niemniej jednak, pomimo niewątpliwych licznych powiązań pomiędzy transparentnością wzorców umów a przepisami dotyczącymi niedozwolonych postanowień umownych, należy obie inicjatywy traktować rozdzielnie. Pomimo wzajemnego oddziaływania obu inicjatyw, każda z nich ma jednak odmienny przedmiot oraz cel.

Przeprowadzenie konsultacji na temat potrzeby dokonania zmian przepisów prawa, w szczególności przepisów Prawa telekomunikacyjnego. W toku prac poprzedzających wydanie niniejszego stanowiska Izby wskazały, iż źródłem wielu problemów z transparentnością umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych jest wysoki poziom skomplikowania przepisów prawa oraz szeroka lista obowiązkowych elementów umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych która, w ocenie Izby, czyni umowę obszerną i nieprzystępną. Prezes UOKiK dostrzega potrzebę formułowania przepisów prawa w sposób możliwie przystępny oraz potrzebę właściwego wyważenia zakresu obowiązkowych elementów umowy. Niemniej jednak niniejsza inicjatywa, której celem jest przede wszystkim wskazanie przedsiębiorcom telekomunikacyjnym pożądanym dobrych praktyk rynkowych, nie powinna być utożsamiana z dyskusją na temat potrzeby i zakresu ewentualnych zmian przepisów prawa.

W tym miejscu należy odnieść się do zastrzeżeń zgłaszanych przez Izby w toku konsultacji poprzedzających przygotowanie niniejszego stanowiska, dotyczących dokonywania zmian w wiążących umowach o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w wyniku uwzględnienia wniosków i zaleceń zaprezentowanych w niniejszym stanowisku. Jak słusznie zauważyły Izby przepisy ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 ze zm., zwanej dalej „Pt”) nakładają na dostawców usług telekomunikacyjnych obowiązek poinformowania abonentów, na piśmie lub w formie elektronicznej (jeżeli formę elektroniczną zaakceptuje abonent, udostępniając w tym celu adres poczty elektronicznej), o każdej proponowanej zmianie warunków umowy wraz z informacją o prawie do wypowiedzenia przez abonenta umowy bez możliwości (z zastrzeżeniem nielicznych wyjątków) wystąpienia przez dostawcę usług z roszczeniem o zwrot równowartości ulgi udzielanej przy zawarciu umowy. W związku z tym, dokonując pro-konsumenckich zmian w stosowanych wzorcach umów, przedsiębiorcy będą zmuszeni do poniesienia kosztów związanych z przesłaniem abonentom korespondencji, w szczególności pisemnej, ponosząc jednocześnie ryzyko rozwiązania umów przez abonentów, którzy takich zmian nie zaakceptują (pomimo ich pro-konsumenckiego charakteru).

Odnosząc się do powyższych, zapewne uzasadnionych obaw, należy wyjaśnić, iż Prezes UOKiK nie oczekuje, iż w reakcji na opublikowanie niniejszego stanowiska, przedsiębiorcy telekomunikacyjni dokonają zmian w umowach już wiążących w dacie publikacji stanowiska. Jak wielokrotnie podkreślano w toku konsultacji poprzedzających opublikowanie niniejszego dokumentu, celem

Prezesa UOKiK jest spowodowanie, iż wykorzystywane przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych wzorce umów będą formułowane w sposób bardziej jasny, zrozumiały i dostępny, przede wszystkim z myślą o wzorcach umów wprowadzanych w przyszłości. W celu udzielenia możliwie jasnej odpowiedzi na podstawowe zastrzeżenie Izby należy jeszcze raz podkreślić, iż w ramach niniejszej inicjatywy Prezes UOKiK nie oczekuje, iż przedsiębiorcy telekomunikacyjni będą dokonywali zmian warunków umów już wiążących – niniejsze stanowisko jest przygotowane z myślą o przyszłych wzorcach i umowach.

Oczekuje się jednak podjęcia przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych efektywnych działań i wysiłków na rzecz podniesienia poziomu transparentności wzorców umów oraz procesu zawierania / wykonywania umów po dacie opublikowania niniejszego stanowiska. Należy zatem spodziewać się, iż Prezes UOKiK będzie monitorował działania przedsiębiorców telekomunikacyjnych związane z transparentnością umów, mając na uwadze czas niezbędny na wprowadzenie rekomendowanych działań w życie. Jeżeli zatem, w toku przyszłych postępowań prowadzonych przez Prezesa UOKiK wykazane zostanie, iż proces zawierania umowy lub wzorce umowne danego dostawcy usług telekomunikacyjnych, wykorzystywane do zawierania umów po dacie opublikowania niniejszego stanowiska, nie są jasne, zrozumiałe lub sporządzone w łatwo dostępnej formie, a stwierdzone naruszenia mogą być zakwalifikowane jako zachowanie bezprawne oraz godzące w zbiorowe interesy konsumentów, w takim przypadku Prezes UOKiK zachowuje prawo do wydania decyzji uznającej takie działania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie stosowania tej praktyki. Należy pamiętać, iż ostateczna ocena, czy dana nieprawidłowość jest praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest wypadkową obowiązujących w danym momencie przepisów prawa oraz wszystkich okoliczności faktycznych konkretnej sprawy, a tym samym nie jest możliwe przygotowanie w niniejszym dokumencie wyczerpującego i zamkniętego katalogu nieprawidłowości, które teraz i w przyszłości będą mogły być albo nie będą mogły być uznane za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

### ➤ **Transparentność a regulacje prawne**

Celem niniejszego stanowiska nie jest przedstawienie szczegółowej wykładni przepisów prawa, jakie mogą znaleźć zastosowanie w przypadku zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Z uwagi na zakres przedmiotowy niniejszego stanowiska, w tym miejscu należy przybliżyć jedynie podstawowe przepisy prawa, mające wpływ na właściwe zrozumienie wymogu zawierania umów w sposób transparentny oraz stosowania jasnych, zrozumiałych i sporządzonych w łatwo dostępnej formie wzorców umów.

W pierwszej kolejności należy zwrócić uwagę na samą instytucję wzorców umów, przewidzianą w art. 384 § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 ze zm., zwanej dalej „K.c.”), zgodnie z którym ustalony przez jedną ze stron wzorzec umowy, w szczególności ogólne warunki umów, wzór umowy, regulamin, wiąże drugą stronę, jeżeli został jej doręczony przed zawarciem umowy. Zatem wzorzec umowy jest przygotowanym przez jedną ze stron – w praktyce obrotu gospodarczego przez przedsiębiorcę – zestawem standardowych postanowień umów, przygotowanych w celu wielokrotnego wykorzystania, które w praktyce przyjmują postać różnego rodzaju wzorów umowy, regulaminów lub cenników. Wraz z zawarciem umowy standardowe postanowienia wzorców umów są inkorporowane do treści zawartej umowy, innymi słowy postanowienia wzorców umów stają się postanowieniami określonej umowy. Możliwość wykorzystania w obrocie gospodarczym wzorców umów stanowi fundament koncepcji tzw. umowy adhezyjnej, tj. zawieranej poprzez przystąpienie do z góry określonych warunków umowy, której warunki nie podlegają wcześniejszym, indywidualnym negocjacom. W zasadzie we wszystkich branżach, w których dokonuje się wielu transakcji pomiędzy przedsiębiorcami a konsumentami,

powszechnie wykorzystuje się wzorce umów. Również na rynku usług telekomunikacyjnych powszechnie wykorzystuje się wzorce umów do zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, przy czym chodzi tu zarówno o umowy tzw. abonamentowe (zawierane na czas oznaczony albo nieoznaczony umowy, przewidujące okresowe zobowiązania finansowe abonenta), jak i umowy o świadczenie usług przedpłaconych (tzw. *pre-paid* albo „na kartę”). Na rynku usług telekomunikacyjnych funkcjonują różne wzorce umów, które w zależności od przedmiotu, który regulują oraz praktyk danego dostawcy usług telekomunikacyjnego noszą nazwy wzorów umowy, ogólnych warunków umów, regulaminów świadczenia usług telekomunikacyjnych, regulaminów promocji lub cenników usług telekomunikacyjnych. Prawo telekomunikacyjne, regulując wiele aspektów związanych z treścią umowy oraz trybem dokonywania zmian warunków umowy, nie reguluje kwestii związania abonenta postanowieniami wzorców umów, co oznaczana, iż w tym zakresie stosuje się ogólne, wspólne dla wszystkich umów cywilnoprawnych, zasady związania strony stosowanym przez przedsiębiorcę wzorcem umowy.

Jednocześnie ustawodawca, wyraźnie dopuszczając w Kodeksie cywilnym możliwość związania strony (w tym konsumenta) wzorcem umowy przygotowanym przez przedsiębiorcę, na którego treść strona nie ma w zasadzie żadnego wpływu, określa warunki, jakie muszą być spełnione, aby zapewnić minimum ochrony interesów strony, która takim wzorcem ma być związana. Warunkami tymi są:

- (i) wymóg doręczenia albo udostępnienia stronie wzorca umowy jeszcze przed zawarciem umowy oraz
- (ii) wymóg formułowania wzorca umowy w sposób jednoznaczny i zrozumiały.

Jak już powyżej wskazano, wzorzec umowy wiąże drugą stronę, jeżeli został jej doręczony przed zawarciem umowy (art. 384 § 1 K.c.). Wymóg doręczenia wzorca przed zawarciem umowy, a nie wraz z zawartą już umową albo nawet po jej zawarciu, ma na celu umożliwienie stronie, zainteresowanej ofertą przedsiębiorcy, zapoznanie się z jej warunkami, przed podjęciem decyzji o związaniu się umową. Zatem brak doręczenia wzorców umowy przed zawarciem umowy powoduje, iż strona nie jest związana postanowieniami niedoręczonych wzorców umowy (np. regulaminem lub cennikiem).

Zgodnie z art. 384 § 2 K.c., w razie gdy posługiwanie się wzorcem jest w stosunkach danego rodzaju zwyczajowo przyjęte, wiąże on także wtedy, gdy druga strona mogła się z łatwością dowiedzieć o jego treści. Nie dotyczy to jednak umów zawieranych z udziałem konsumentów, z wyjątkiem umów powszechnie zawieranych w drobnych, bieżących sprawach życia codziennego. Zatem umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawierane z konsumentami można podzielić na:

- umowy powszechnie zawierane w drobnych, bieżących sprawach życia codziennego, do których zalicza się umowy o świadczenie usług przedpłaconych – w takim przypadku warunkiem związania konsumenta wzorcami umowy (np. regulaminem tzw. telefonów na kartę) jest takie udostępnienie wzorca, aby konsument mógł się z nim z łatwością zapoznać (np. zamieszczenie regulaminu na stronie internetowej przedsiębiorcy);
- umowy nie należące do kategorii umów zawieranych w drobnych, bieżących sprawach życia codziennego, do których należy zaliczyć umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przewidujące okresowe zobowiązania finansowe abonenta bez względu na czas ich trwania (umowy abonamentowe) - w takim przypadku warunkiem związania konsumenta wzorcami umowy jest doręczenie tych wzorców przed zawarciem umowy.
- trzecią kategorią umów są umowy zawierane w formie elektronicznej, dla których warunkiem związania strony wzorcem umowy jest udostępnienie stronie wzorca, przed zawarciem umowy,

w sposób umożliwiający jej przechowywanie i odtwarzanie wzorca w normalnym toku czynności (art. 384 § 4 K.c.).

Ogólne zasady doręczania konsumentom wzorców umowy, wyrażone w Kodeksie cywilnym, znalazły swoje potwierdzenie i uszczegółowienie w przepisach Prawa telekomunikacyjnego. Zgodnie art. 59 ust. 1 Pt, dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych określający w regulaminie świadczenia usług telekomunikacyjnych dane, o których mowa w art. 56 ust. 3 pkt 9-16 Pt, obowiązany jest podać ten regulamin do publicznej wiadomości i dostarczać nieodpłatnie abonentowi wraz z umową o świadczenie publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych. Analogiczny obowiązek dostawcy usług w przypadku cennika usług telekomunikacyjnych wynika z art. 61 ust. 4 Pt. Obowiązek dostarczenia regulaminu i cennika wraz z umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych należy rozumieć w ten sposób, iż powinny one stanowić komplet dokumentów dostarczanych konsumentowi przed zawarciem umowy, nie uchylając tym samym wynikającego z art. 384 § 1 K.c. wymogu dostarczenia ich w odpowiednim czasie przed zawarciem umowy. Przepisy art. 59 ust. 1 i 61 ust. 4 Pt w żaden sposób nie regulują ani kwestii związania konsumenta wzorcem umowy, ani nie odnoszą się do czasu doręczenia wzorca umowy w stosunku do momentu zawarcia umowy, które to elementy są przedmiotem regulacji art. 384 K.c. Na podstawie przedmiotowych regulacji obowiązkiem dostawcy publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych jest doręczenie regulaminu oraz cennika wraz ze wzorem umowy, tj. w taki sposób, że wszystkie dokumenty składające się na umowę powinny stanowić komplet (całość) dostarczany konsumentowi przed zawarciem umowy.

Biorąc powyższe pod uwagę, za transparentny należy uznać taki proces zawierania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w toku którego konsument może z łatwością zapoznać się z warunkami oferowanej umowy nie tylko z wykorzystaniem informacji przekazywanych przez sprzedawców działających w imieniu i na rzecz dostawców usług telekomunikacyjnych, ale również poprzez weryfikację i uzupełnienie tych informacji na podstawie analizy prawidłowo doręczonych lub udostępnionych wzorców umów. Niemniej jednak, aby konsument miał szansę zrozumienia doręczonych lub udostępnionych wzorców umów, wzorzec taki musi być sformułowany jednoznacznie i w sposób zrozumiały – art. 385 § 2 zdanie pierwsze K.c., który nie definiuje tych pojęć, wychodząc ze słusznego założenia, iż w takim przypadku ocena jest dokonywana niejako intuicyjnie. W nauce prawa<sup>3</sup> wskazuje się, iż zrozumiałość wzorca dotyczy nie tylko czytelności nośnika, ale i zrozumiałości w znaczeniu klarowności, przy czym miernikiem tego kryterium jest poziom poznawczy osób, do których wzorzec jest adresowany, w naszym przypadku konsumentów będących potencjalnymi abonentami usług telekomunikacyjnych.

W tym miejscu nie sposób nie wspomnieć o projektowanej zmianie przepisów ustawy Prawo telekomunikacyjne, która zakłada, iż przewidziany w art. 385 § 2 K.c. wymóg formułowania wzorca umowy w sposób jednoznaczny, zrozumiały i w łatwo dostępnej formie znajdzie swoje potwierdzenie i wzmocnienie bezpośrednio w przepisach Prawa telekomunikacyjnego.

#### Nota wyjaśniająca:

W dalszej części niniejszego opracowania, w celu przedstawienia omawianych zagadnień w sposób możliwie przystępny, posłużono się wieloma przykładami z mechanizmów lub umów aktualnie lub w przeszłości wykorzystywanych do zawierania z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych. **W tym miejscu należy wyraźnie zaznaczyć, iż posłużenie się przykładami, na podstawie których da się jednocześnie zidentyfikować danego przedsiębiorcę**

---

<sup>3</sup> Ewa Łętowska, *Prawo umów konsumenckich*, C.H. Beck 2002 r., wyd. 2, str. 317.

**telekomunikacyjnego, nie ma na celu w żadnym przypadku napiętnowania tego konkretnego przedsiębiorcy, a celem jest jedynie pokazanie pewnego zjawiska występującego na rynku usług telekomunikacyjnych.**

W wielu przypadkach starano się w dokumencie przedstawić przykłady problemów w oparciu o skany określonych umów lub postanowień umownych, które w sposób bezpośredni i praktyczny obrazują problem. Niemniej jednak w wielu przypadkach wielkość czcionki użyta do przygotowania wzorca umowy jest tak mała, iż przykład w postaci obrazu postanowienia lub wzorca jest zupełnie nieczytelny. W takich przypadkach – tam gdzie przedmiotem przykładu nie jest właśnie mała czcionka tekstu – zdecydowano się na zacytowanie lub opis problemu, bez przedstawiania jego zeskanowanego obrazu.

Celem niniejszego dokumentu jest zaprezentowanie najczęściej spotykanych nieprawidłowości, od przypadków mniejszej wagi aż po przypadki rażącego naruszenia prawa oraz dobrych obyczajów. Korzystając z faktu, iż niniejsza inicjatywa ma charakter działania niewładczego, Prezes UOKiK pragnie zaprezentować wszelkie dostrzeżone nieprawidłowości, co w założeniu pomoże w wyeliminowaniu zjawisk niepożądanych bez konieczności odwoływania się do instrumentów władczych.

## **II. Zanim zajmiemy się samą umową – procedura zawierania oraz dokonywania zmian warunków umowy**

Przeciętny konsument ocenia poziom swojej satysfakcji na rynku usług telekomunikacyjnych przez pryzmat wszystkich elementów składających się na relacje z dostawcą usług telekomunikacyjnych, poczynając od etapu kontraktowania, poprzez dokonywanie zmian warunków umowy oraz jej wykonywanie, aż po etap rozwiązania umowy. Zatem w pierwszej kolejności należy przedstawić problematykę transparentnego procesu zawierania i dokonywania zmian warunków umów, z którą wiąże się nierozzerwalnie zagadnienie doręczania i udostępniania konsumentom wzorców umów. Wzorec umowy, choćby czytelny, przejrzysty i zrozumiały, nie spełni swojej funkcji, jeżeli potencjalny abonent nie będzie miał szansy zapoznania się z nim przed zawarciem umowy. Jedyne prawidłowe doręczenie lub udostępnienie konsumentowi relewantnych dla umowy wzorców umożliwia zapoznanie się z nimi oraz podjęcie świadomej decyzji o zawarciu lub zmianie umowy. Pierwszym krokiem w kierunku podniesienia transparentności umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych jest więc przyjęcie dobrych praktyk eliminujących nieprawidłowości jakie mogą pojawić się na etapie zawierania lub zmiany umowy.

Zatem w tym rozdziale niniejszego stanowiska podjęto próbę omówienia podstawowych zagadnień związanych z zawieraniem umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz dokonywaniem zmian warunków tych umów. Na końcu przedstawiono problematykę ochrony praw konsumentów zawierających umowy lub dokonujących zmian warunków umowy na odległość albo poza lokalem przedsiębiorstwa.

### ***Zawieranie umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych***

Przepisy Prawa telekomunikacyjnego nie regulują w sposób szczegółowy sposobu i trybu zawarcia umowy, wskazując jedynie, iż umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawiera się w formie pisemnej (zastrzeżonej dla celów dowodowych), przy czym wymóg formy pisemnej nie dotyczy umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawieranej przez dokonanie czynności faktycznych obejmujących w szczególności umowy o świadczenie usług przedpłaconych świadczonych w publicznej sieci telefonicznej, usług telefonicznych świadczonych za pomocą aparatu publicznego lub przez wybranie numeru dostępu do sieci dostawcy usług.

#### **➤ Doręczenie na piśmie wzorców umów w przypadku umów abonamentowych**

W chwili obecnej przepisy Prawa telekomunikacyjnego wymagają dla abonamentowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych formy pisemnej. Oznacza to możliwość złożenia przez strony umowy oświadczeń woli za pomocą dokumentu sporządzonego na papierze, jak również oświadczeń woli w formie elektronicznej, opatrzonej bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu – takie elektroniczne oświadczenie woli jest równoważne z oświadczeniem woli złożonym w formie pisemnej (art. 78 § 2 K.c.).

Dostawca usług obowiązany jest doręczyć wzorce umów (wzór umowy, regulamin oraz cennik) przed zawarciem umowy, umożliwiając tym samym konsumentom zapoznanie się z warunkami umowy oraz

podjęcie świadomej decyzji o zawarciu umowy na zaproponowanych przez dostawcę usług warunkach. Obowiązek doręczenia występuje zarówno w przypadku zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w lokalu przedsiębiorstwa (np. punkcie sprzedaży danego dostawcy usług) jak i w przypadku zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa (np. podczas wizyty przedstawiciela dostawcy usług w miejscu zamieszkania konsumenta) albo zawarcia umowy za pomocą środków porozumiewania się na odległość.

Jeżeli kurier, dostarczający konsumentowi wcześniej podpisane przez osobę umocowaną do działania w imieniu i na rzecz dostawcy usług wzorce umów, nie posiada umocowania do składania oświadczeń woli w imieniu dostawcy usług (pełni wyłącznie funkcję posłańca przynoszącego na odległość oświadczenia woli obu stron), to umowa o świadczenie publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych zawarta w ten sposób, jest umową zawartą na odległość. Jeżeli natomiast kurier posiada umocowanie do składania w imieniu dostawcy usług oświadczeń woli, w związku z czym zarówno abonent jak i kurier składają podpisy na umowie np. w miejscu zamieszkania abonenta, to taka umowa zostanie zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa.

Wizytę kuriera najczęściej poprzedza wyrażenie przez konsumenta zainteresowania ofertą przedsiębiorcy na stronie internetowej dostawcy usług (o czym szerzej w kolejnych punktach, poświęconych udostępnianiu wzorców w formie elektronicznej) albo w trakcie rozmowy telefonicznej z konsultantem lub telemarketerem działającym na zlecenie dostawcy usług. W przypadku rozmowy telefonicznej konsument w zasadzie nie ma możliwości zapoznania się z wzorcami umowy przed ich doręczeniem przez kuriera. W takim przypadku zalecanym jest przyjęcie dobrej praktyki zakładającej, iż na żądanie konsumenta, wyrażone np. w trakcie rozmowy telefonicznej, warunki umowy wraz z właściwymi wzorcami umów zostaną przesłane konsumentowi na podany w tym celu adres poczty elektronicznej.

Jeżeli natomiast pisemna umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych zostanie zawarta poprzez złożenie oświadczeń woli stron w postaci elektronicznej, opatrzonej bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu, to taka umowa jest zawarta na odległość, przy czym w takim przypadku wymóg doręczenia wzorców umów jest zastępowany wymogiem udostępnienia wzorców umów w formie elektronicznej drugiej stronie przed zawarciem umowy w taki sposób, aby mogła ona wzorzec ten przechowywać i odtwarzać w zwykłym toku czynności.

#### Przykład:

Prezes UOKiK uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania przedsiębiorcy, polegające na ograniczaniu konsumentom swobodnego wyboru w zakresie związania się umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych, poprzez stosowanie w obrocie konsumenckim modelu zawierania na odległość umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, wymagającego od konsumentów podjęcia decyzji dotyczącej umowy w obecności kuriera doręczającego wzorce umowy, bez umożliwienia konsumentom swobodnego zapoznania się z ich treścią (decyzja nr DDK 23/2010 z dnia 30 grudnia 2011 r. – decyzja nieprawomocna).

#### Wnioski:

- Proces doręczania konsumentom wzorców umów powinien zostać zorganizowany tak, aby każdy konsument miał możliwość zapoznania się z wzorcami umowy przed podjęciem decyzji o zawarciu umowy albo o dokonaniu zmiany umowy.
- Prawidłowe doręczenie konsumentom wzorców umów powinno nastąpić bez względu na to, czy umowa (aneks do umowy) jest zawierana w lokalu przedsiębiorstwa, czy też jest zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa albo za pomocą środków porozumiewania się na

odległość.

- Przed zawarciem umowy albo dokonaniem zmian warunków umowy konsument powinien otrzymać w jasnej, czytelnej i zrozumiałej formie wszystkie istotne informacje na temat warunków oferowanej usługi. Zawarcie takiej umowy (aneksu do umowy) w lokalu przedsiębiorstwa wymaga, aby stosowne informacje przekazał sprzedawca. Jeżeli zawarcie umowy (aneksu do umowy) poprzedza wizyta na stronie internetowej dostawcy usług stosowne informacje powinny być wyświetlane w trakcie procesu rejestracyjnego, którego efektem jest wizyta kuriera z dokumentami. Jeżeli natomiast zawarcie umowy (aneksu do umowy) jest poprzedzone rozmową telefoniczną z konsultantem lub telemarketerem działającym na zlecenie dostawcy usług, stosowne informacje powinny zostać przekazane w trakcie rozmowy telefonicznej.
- Zaleca się stworzenie mechanizmu, który umożliwi konsumentom otrzymanie przed zawarciem umowy – np. na wskazany w tym celu adres poczty elektronicznej – warunków umowy oraz relewantnych wzorców umów, w szczególności w przypadku wyrażenia zainteresowania zawarciem abonamentowej umowy (aneksu do umowy) o świadczenie usług telekomunikacyjnych w trakcie telefonicznej rozmowy z telemarketerem działającym na zlecenie dostawcy usług.

W toku konsultacji poprzedzających wydanie niniejszego dokumentu niektóre Izby zajęły stanowisko, iż w przypadku zawarcia umowy na piśmie w trybie na odległość (z wykorzystaniem kuriera) nie zachodzi potrzeba pozostawienia konsumentowi, przed zawarciem umowy, wzorców umowy w celu zapoznania się z nimi oraz podjęcia decyzji o zawarciu umowy w terminie późniejszym. Należy zaznaczyć, iż w przypadku powyżej przytoczonej decyzji nr DDK 23/2010 z dnia 30 grudnia 2011 r. główny problem dotyczył faktu, iż przedsiębiorca stosował mechanizm stanowiący wyrażnie, iż nawet jeżeli konsument zgłosi, iż chce otrzymać dokumenty w celu zapoznania się z nimi bez ich podpisywania, taka prośba nie będzie uwzględniona. W związku z powyższym należy wyrażnie podkreślić, iż celem Prezesa UOKiK nie było i w żadnym przypadku nie jest zakwestionowanie dopuszczalności wykorzystywania modelu dostaw kurierskich w celu zawarcia umowy (aneksu do umowy) o świadczenie usług telekomunikacyjnych. W ocenie Prezesa UOKiK dostawca usług telekomunikacyjnych, stosujący taki model, powinien uszanować wolę konsumenta, który pragnie zapoznać się z doręczonymi dokumentami np. poprzez zatrzymanie doręczonych dokumentów, bez ich podpisywania, w celu zapoznania się z nimi oraz podjęcia decyzji o ewentualnym zawarciu umowy (aneksu do umowy) w terminie późniejszym. Jeżeli zatem konsument, na etapie przedkontraktowym (np. na stronie internetowej, podczas rozmowy telefonicznej lub podczas wizyty kuriera) nie wyrazi woli otrzymania dokumentów z możliwością ich zatrzymania i podjęcia decyzji o ewentualnym zawarciu umowy (aneksu do umowy) w terminie późniejszym, należy przyjąć, iż czas wizyty kuriera jest czasem wystarczającym temu konkretnemu konsumentowi na zapoznanie się z dokumentami, a co za tym idzie w takim przypadku brak jest przeciwwskazań do zawarcia umowy (aneksu do umowy) już podczas pierwszej wizyty kuriera, z zastrzeżeniem oczywiście, iż wzorce umów zostaną prawidłowo doręczone jeszcze przed zawarciem umowy.

Ponadto, Izby podniosły, iż nie jest uzasadnione oczekiwanie, iż kurier, na żądanie konsumenta, powinien zostawić mu, wraz z wzorcami umowy, towarzyszące urządzenie telekomunikacyjne (np. telefon) jeszcze przed zawarciem umowy. W związku z powyższym należy wyjaśnić, iż w przypadku tzw. dostaw kurierskich Prezes UOKiK nie oczekuje, iż sprzęt zostanie konsumentowi wydany jeszcze przed zawarciem umowy (aneksu do umowy) o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Odnosząc się do zastrzeżeń Izb, wydaje się iż rozwiązaniem problemu

z wydaniem wzorców umowy oraz sprzętu przed zawarciem umowy (aneksu do umowy) mogą być następujące mechanizmy:

1. Konsument, na etapie przedkontraktowym (np. na stronie internetowej, podczas rozmowy telefonicznej lub podczas wizyty kuriera) powinien mieć zapewnioną w sposób wyraźny opcję zgłoszenia, iż chce mieć możliwość zapoznania się z doręczonymi wzorcami pod nieobecność kuriera. Jeżeli konsument o to poprosi, kurier pozostawiałby u konsumenta same wzorce umowy, bez zamówionego sprzętu, umawiając się jednocześnie z konsumentem na określony termin kolejnej wizyty w celu odebrania podpisanych dokumentów i wydania sprzętu – przy czym dopuszczalne byłoby wyznaczenie przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego maksymalnego terminu związania swoją ofertą (przykładowo od 2 do kilku dni), po upływie którego ofertę należałoby uznać za nieaktualną. Jeżeli po zapoznaniu się z wzorcami umów konsument podejmie decyzję o zawarciu umowy (aneksu do umowy) - podpisuje dokumenty, a kurier odbiera je (w terminie wcześniej uzgodnionym lub wyznaczonym telefonicznie) i wydaje sprzęt.

2. Można sobie również wyobrazić mechanizm, zgodnie z którym, jeżeli konsument, na etapie przedkontraktowym (np. na stronie internetowej, podczas rozmowy telefonicznej) zgłosi, iż chce mieć możliwość zapoznania się z doręczonymi wzorcami pod nieobecność kuriera, przedsiębiorca wysłała mu wzorce umów przesyłką pocztową, przy czym dopuszczalne byłoby wyznaczenie przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego maksymalnego terminu związania swoją ofertą, po upływie którego ofertę należałoby uznać za nieaktualną. Po zapoznaniu się z dokumentami i podjęciu decyzji o zawarciu umowy (aneksu do umowy) konsument mógłby:

- odesłać pocztą jedną, podpisaną wersję umowy przedsiębiorcy albo

- skontaktować się z osobą wcześniej przyjmującą zamówienie, w celu poinformowania o podjętej decyzji (podpisanie umowy) i umówienia wizyty kuriera.

3. Część konsumentów, posiadających dostęp do sieci internet, może być zainteresowana otrzymaniem wzorców umów w formie elektronicznej na adres poczty elektronicznej. W takim przypadku, podczas rozmowy telefonicznej z konsultantem lub telemarketerem – poprzedzającej zawarcie na piśmie umowy lub aneksu do umowy – konsument powinien mieć zagwarantowaną możliwość (powinien o to zostać zapytany) zgłoszenia chęci otrzymania właściwych dla interesującej go oferty wzorców umów na udostępniony w tym celu adres poczty elektronicznej. Jeżeli na podstawie analizy tak otrzymanych dokumentów konsument będzie zainteresowany zawarciem umowy w formie pisemnej, możliwe jest wysłanie kuriera z dokumentami umowy (aneksu do umowy) w celu uzyskania wymaganych podpisów konsumenta oraz ewentualnie wydania sprzętu. W takim przypadku konsument powinien mieć zagwarantowany co najmniej czas pozwalający na weryfikację prawidłowości doręczonych dokumentów (czy są to te same dokumenty, które wcześniej otrzymał drogą elektroniczną) oraz stan otrzymywanego urządzenia telekomunikacyjnego.

W każdym przypadku przedsiębiorca mógłby wysłać do konsumenta kuriera w celu odbioru podpisanych przez konsumenta dokumentów oraz ewentualnie wydania urządzenia telekomunikacyjnego.

### ➤ **Udostępnienie wzorców umowy w formie elektronicznej a zawarcie umowy o świadczenie przedpłaconych usług telekomunikacyjnych**

Odrębną od umów abonamentowych kategorię stanowią umowy o świadczenie usług przedpłaconych (dla których forma pisemna nie jest wymagana) zawierane poprzez czynność faktyczną polegającą na aktywacji danego numeru w sieci telekomunikacyjnej dostawcy usług. Jako, że umowy takie należą, co do zasady, do kategorii umów powszechnie zawieranych w bieżących, drobnych sprawach życia

codziennego, warunkiem związania konsumenta stosownym wzorcem umowy (w tym przypadku regulaminem świadczenia usług przedpłaconych) jest takie udostępnienie wzorca, aby konsument mógł się z łatwością zapoznać z jego treścią, co w praktyce jest realizowane przez udostępnienie tego wzorca na stronach internetowych dostawcy usług, stanowiąc jednocześnie realizację wynikającego z Prawa telekomunikacyjnego obowiązku dostawcy usług podania regulaminu świadczenia usług przedpłaconych do publicznej wiadomości.

Samo jednak zamieszczenie wzorca umowy (np. regulaminu lub cennika) na stronie internetowej przedsiębiorcy nie przesądza, iż wzorce umowne są łatwo dostępne. W wielu przypadkach konsument musi przeprowadzić własne „śledztwo” aby ustalić miejsce udostępnienia wzorca umowy na stronie (podstronach) przedsiębiorcy. W odniesieniu do usług tzw. przedpłaconych (tzw. telefony na kartę, *pre-paid*) do zawarcia umowy dochodzi poprzez dokonanie czynności faktycznej, a treść umowy określa regulamin świadczenia usługi dostępny na stronie internetowej przedsiębiorcy – w takim przypadku zagadnienie prawidłowego udostępnienia wzorca umowy determinuje, czy w świetle przepisów prawa wzorzec (w tym przypadku regulamin lub cennik) można uznać za wiążący.

Wnioski:

- Regulaminy i cenniki usług przedpłaconych powinny być umieszczone na stronie internetowej danego przedsiębiorcy w taki sposób, aby konsument mógł po jednym lub dwóch tzw. „kliknięciach” mieć do nich pełny dostęp, bez konieczności korzystania w tym zakresie np. z wyszukiwarki znajdującej się na stronie.
- Regulaminy i cenniki usług przedpłaconych powinny być udostępnione w formacie umożliwiającym konsumentom przechowywanie (np. zapisanie na dysku twardym komputera lub pamięci przenośnej) oraz odtwarzanie (odczytywanie dokumentu zapisanego w formacie obsługiwanym przez powszechnie dostępne oprogramowanie) wzorców w zwykłym toku czynności (w dowolnym czasie, bez dodatkowych nakładów finansowych lub czasowych).

### ➤ **Udostępnienie wzorców umów w formie elektronicznej a abonamentowa umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych**

Obowiązujący aktualnie wymóg formy pisemnej dla umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oznacza, iż przewidziany w ustawie Prawo telekomunikacyjne wymóg podania do publicznej wiadomości treści regulaminu i cennika usług ma w zasadzie cel informacyjny, bez wpływu na związanie konsumenta wzorcami, które w takim przypadku muszą być mu doręczone.

Wnioski:

- Wzorce umów (w szczególności regulaminy świadczenia usług telekomunikacyjnych, ogólne warunki umów, regulaminy promocji oraz cenniki) powinny być umieszczone na stronie internetowej danego przedsiębiorcy w taki sposób, aby konsument mógł po jednym lub dwóch „kliknięciach” mieć do nich pełny dostęp, bez korzystania w tym zakresie np. z wyszukiwarki znajdującej się na stronie.
- Pożądanym dobrym obyczajem jest zamieszczenie na stronie internetowej wzorców umów w odrębnej, wyraźnie opisanej i widocznej zakładce, w które zamieszczane są wszystkie wzorce umów z podziałem na przejrzyste kategorie (np. wzorce archiwalne/wzorce aktualnie wykorzystywane, wzorce właściwe dla danej oferty, lub pogrupowane tematycznie np. cenniki, regulaminy promocji itp.)
- Udostępnione na stronie internetowej wzorce umów powinny być nazwane w sposób jasny

i czytelny, pozwalający konsumentom na w miarę szybkie (bez konieczności analizowania treści całego wzorca) przypisanie danego regulaminu lub cennika do konkretnej oferty.

Zatem biorąc pod uwagę informacyjny charakter udostępniania wzorców umów abonamentowych na stronach internetowych dostawców usług należy zauważyć, iż w chwili obecnej w zasadzie wszyscy najwięksi dostawcy usług telekomunikacyjnych umożliwiają konsumentom zgłoszenie zainteresowania zawarciem abonamentowej umowy w formie pisemnej (lub pisemnego aneksu do umowy) za pośrednictwem strony internetowej, które nie jest, co należy podkreślić, tożsame z zawarciem umowy abonamentowej, wymagającej formy pisemnej. Skutkiem takiego „zamówienia” jest najczęściej wizyta w miejscu zamieszkania konsumenta kuriera z dokumentami umowy (aneksu do umowy), które po złożeniu na nich podpisów przekształcają się w abonamentową umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych (stanowią zmianę warunków umowy). Niemniej jednak, procedura udostępniania właściwych wzorców umów na stronie internetowej dostawcy usług nie zawsze jest transparentna.

### Przykład:

W procesie zgłaszania przez konsumenta zainteresowania zawarciem umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na stronie internetowej przedsiębiorcy konsument dokonuje wyboru określonej oferty.

abonament (zł)	liczba minut	promocja 2x więcej minut	prezent. Wybrany numer	cena za minutę poza abonamentem	cena za SMS/MMS poza abonamentem	zobacz telfony w wybranej ofercie	
Delfin 40	29	40	+40	1200 min z 1 wybranymi nr	0,49	0,20/0,40	wybieram
Delfin 60	39	60	+60	2400 min z 2 wybranymi nr	0,49	0,20/0,40	wybieram
Delfin 150	59	150	+150	6000 min z 5 wybranymi nr	0,29	0,20/0,40	wybieram

Klikając na zakładkę „cenniki i regulaminy” konsument uzyskuje dostęp do dokumentów.

w świecie Orange | sklep orange.pl | klienci biznesowi | usługi Orange | serwisy tematyczne | obsługa klienta

Niemniej jednak, lista wyświetlanych wzorców umów jest znacznie szersza, aniżeli wzorce umów, które będą dla konsumenta wiążące w przypadku zawarcia umowy. Faktem jest, iż na tym etapie konsument nie sprecyzował jeszcze wszystkich elementów oferty, którą jest zainteresowany, niezbędnych do zawężenia listy właściwych wzorców umów. Niemniej jednak, na ostatnim etapie składania zamówienia, przedstawionym poniżej, nie zostają dołączone żadne wzorce umów, poza regulaminem sklepu internetowego oraz regulaminem promocji wynikającej ze skorzystania ze sklepu internetowego przedsiębiorcy.

The screenshot shows a web browser window displaying the checkout page of the Orange.pl website. The page is titled "Telefony komórkowe Orange - abonament, mta, karta i internet - Internet Explorer dostarczony przez Dell". The browser address bar shows the URL "https://www.orange.pl/portfel/mart/mart/shipping\_data/?requestId=38872500". The page content includes several sections: "sposób odbioru przesyłki" with a dropdown menu set to "dostawa kurierem - Ozi"; "sposób płatności za Twoje zamówienie" with a dropdown menu set to "gotówką przy odbiorze"; "wymagane dokumenty" with a text box and a "wyznacz jaki dokument przekażesz kurierowi" dropdown menu; and a "złóż zamówienie" button. There are also several checkboxes for terms and conditions and a "powered by AMG.net" logo at the bottom right.

#### Wnioski:

- Procedura zgłaszania zainteresowania zawarciem umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych za pośrednictwem strony internetowej (jeżeli procedurę taką udostępnił dostawca usług) powinna dawać konsumentom wygodny dostęp do relewantnych wzorców umów, poprzez wyświetlenie, na etapie poprzedzającym wysłanie zgłoszenia, tych wszystkich i tylko tych wzorców umów, które będą dla konsumenta wiążące, jeżeli ten podpisze dokumenty doręczone przez kuriera.

Analizowane powyżej zagadnienie nabiera jednak znacznej doniosłości prawnej biorąc pod uwagę planowane zmiany przepisów Prawa telekomunikacyjnego w zakresie wymaganej formy umowy abonamentowej<sup>4</sup>. Zgodnie z założeniami projektowanej nowelizacji Prawa telekomunikacyjnego oraz projektem ustawy zmieniającej ustawę Prawo telekomunikacyjne (w trakcie prac resortowych) abonamentowa umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych będzie mogła być zawarta zarówno w formie pisemnej jak i za pomocą elektronicznego formularza udostępnianego i wypełnianego na stronie internetowej przedsiębiorcy (bez konieczności posłużenia się kwalifikowanym podpisem elektronicznym). Ten sposób zawarcia umowy w założeniu pozwala konsumentom na utrwalenie treści zawieranej umowy, umożliwiając dostawcom usług na ograniczenie wykorzystania kosztownej formy papierowej, ułatwiając obu stronom szybki i efektywny kontakt.

W celu umożliwienia konsumentom zawierania abonamentowych umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych z wykorzystaniem elektronicznego formularza konieczne jest skonstruowanie

<sup>4</sup> Zalecenia i wnioski zawarte w tej części dokumentu mają charakter warunkowy, a ich kształt zależy przede wszystkim od rozwiązań jakie zostaną ostatecznie przyjęte w nadchodzącej nowelizacji Prawa telekomunikacyjnego – prace nad nowelizacją prowadzone są w Ministerstwie Infrastruktury.

przez dostawcę usług procedury zawierania umowy zapewniającej minimum ochrony prawnie uzasadnionych interesów konsumentów.

Wnioski (w tym przypadku z zastrzeżeniem wejścia w życie zmian Prawa telekomunikacyjnego dopuszczających możliwość zawarcia umowy abonamentowej za pomocą elektronicznego formularza):

- Procedura weryfikacji oraz identyfikacji konsumenta zawierającego abonamentową umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych on-line powinna być tak skonstruowana, aby w sposób możliwie pełny chronić konsumenta zarówno przed nieuprawnionym udostępnieniem danych konsumenta osobom trzecim jak i przed możliwością „podszycia” się pod konsumenta przez osobę trzecią np. w celu wyłudzenia urządzenia telekomunikacyjnego. Innymi słowy weryfikacja tożsamości osób zawierających umowę on-line powinna pozwalać na jednoznaczne zidentyfikowanie stron umowy.
- Przed zawarciem umowy abonamentowej w formie elektronicznej konsument powinien otrzymać w jasnej, czytelnej i zrozumiałej formie wszystkie istotne informacje na temat warunków oferowanej usługi. W przypadku zawierania umowy na stronie internetowej stosowne informacje powinny być wyświetlane w trakcie procesu zawierania umowy. W trakcie procesu zawierania umowy, a jeszcze przed jej zawarciem, konsumentowi powinny zostać udostępnione wszystkie, a jednocześnie tylko te wzorce umowy, które w przypadku zawarcia umowy będą dla konsumenta wiążące. W przypadku zawarcia umowy na stronie internetowej wzorce powinny zostać udostępnione w taki sposób, aby konsument miał do nich dostęp bezpośrednio w procesie zawierania umowy (właściwe wzorce powinny być niejako „podpięte” pod wybraną przez konsumenta ofertę) bez konieczności poszukiwania właściwych wzorców umów w innych zakładkach na stronie internetowej przedsiębiorcy. Zatem prawidłowy mechanizm to taki, który załącza właściwe wzorce umowy w toku dokonywania przez konsumenta wyboru określonych ofert na stronie internetowej, gwarantując tym samym, iż wzorce widoczne i dostępne w procesie zawierania umowy będą dla konsumenta wiążące w przypadku zawarcia umowy.
- Wzorce umowy powinny zostać udostępnione w sposób i w formie umożliwiającej konsumentom przechowywanie (np. zapisanie na dysku twardym komputera lub pamięci przenośnej) oraz odtwarzanie (odczytywanie dokumentu zapisanego w formacie obsługiwanym przez powszechnie dostępne oprogramowanie) wzorców w zwykłym toku czynności (w dowolnym czasie, bez dodatkowych nakładów finansowych lub czasowych).
- Mechanizmy stosowane przez dostawcę usług telekomunikacyjnych powinny umożliwiać konsumentowi dostęp do treści zawartej umowy – zarówno samej umowy (wypełnionego wzoru umowy – formularza elektronicznego) jak i właściwych regulaminów oraz cenników – w dowolnym momencie trwania umowy, albo poprzez umożliwienie konsumentowi zapisania treści umowy na trwałym nośniku (np. dysku twardym swojego komputera) albo poprzez dostęp do indywidualnego konta, na którym będzie przechowywana treść umowy, w warunkach uniemożliwiających osobom trzecim jak i stronom umowy nieuprawnioną modyfikację treści zawartej umowy.

## ***Informacja o funkcjach nowoczesnych modeli telefonów***

Ogólną zasadą jest, iż konsument przed zawarciem umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych powinien otrzymać od dostawcy usług (sprzedawcy działającego w jego imieniu) pełną, rzetelną i prawdziwą informację na temat wszystkich istotnych warunków umowy. Powszechną praktyką na rynku usług telekomunikacyjnych jest zakup urządzeń telekomunikacyjnych takich jak np. telefon wraz z umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych, przy czym coraz większa liczba urządzeń posiada dodatkowe funkcjonalności takie jak np. możliwość łączenia się z siecią Internet na zasadach dotychczas zarezerwowanych dla komputerów. Znaczna część konsumentów nie jest świadoma, iż tego typu urządzenia oraz zastosowane oprogramowanie, projektowane z myślą o korzystaniu z zasobów sieci Internet, mogą powodować łączenie się urządzenia z siecią Internet nawet bez aktywności ze strony konsumenta. W zależności od urządzenia, zastosowanego oprogramowania oraz ustawień, tzw. inteligentne telefony mogą łączyć się z siecią Internet np. w celu sprawdzenia i pobrania aktualizacji oprogramowania lub pobrania poczty elektronicznej. Problemy w tym zakresie wynikają z faktu, iż w przypadku korzystania z sieci Internet za pomocą telefonu komórkowego opłata za połączenie jest naliczana bardzo często – w przypadku braku wykupienia tzw. paczki danych – za każdą jednostkę taryfikacyjną transferu danych, a więc na całkiem innych zasadach aniżeli korzystanie z Internetu za pośrednictwem komputera, na podstawie abonamentowej umowy o świadczenie usługi dostępu do sieci Internet. Innymi słowy czym większy transfer danych z wykorzystaniem telefonu tym większa opłata, przy czym aktualny poziom cen za tego typu usługi powoduje, iż naliczone opłaty mogą być bardzo wysokie. Prezes UOKiK jest świadomy, iż pojawiające się w omawianym obszarze problemy są konsekwencją niskiego poziomu wiedzy konsumentów na temat funkcjonalności nowoczesnych modeli telefonów. Wraz z upowszechnianiem się tzw. smartfonów oraz wiedzy na temat ich funkcjonalności problem deficytu informacyjnego będzie się dezaktualizował, niemniej jednak sygnały napływające od konsumentów wskazują, iż do tego momentu istnieje potrzeba podjęcia dodatkowych działań informacyjnych w tym zakresie, co również uzasadnia wyodrębnienie niniejszego punktu z wszelkich wymogów informacyjnych wobec konsumentów.

### **Wnioski:**

- Przed zawarciem umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz zakupem telefonu konsument powinien zostać poinformowany o tym, iż oprogramowanie telefonu może powodować łączenie się z siecią Internet np. w celu pobrania aktualizacji wraz z informacją o naliczaniu opłat zgodnie z cennikiem za transfer danych oraz sposobach pozwalających na uniknięcie niechcianych opłat. W zależności od kanału kontaktu stosowne informacje powinny być zamieszczone na stronie internetowej bezpośrednio przy opisie telefonu (w przypadku sklepu działającego online), przekazane przez sprzedawcę w punkcie sprzedaży dostawcy usług lub telefonicznie przez telemarketera lub konsultanta dostawcy usług.
- W każdym przypadku pożądane jest zamieszczanie na opakowaniu telefonu wyraźnych informacji o możliwości łączenia się urządzenia z siecią Internet wraz z informacją o naliczaniu opłat zgodnie z cennikiem za transfer danych oraz sposobach pozwalających na uniknięcie niechcianych opłat.
- Wysoce pożądaną dobrą praktyką jest zapewnienie, iż przy pierwszym uruchomieniu telefonu, w ramach konfiguracji ustawień, nabywcy telefonu zostaną wyświetlone informacje na temat możliwych ustawień łączenia się urządzenia z siecią Internet, wraz z krótkim objaśnieniem konsekwencji dokonania wyboru określonych ustawień. Wysoce niepożądana

jest sprzedaż urządzeń z ustawieniami domyślnymi pozwalającymi urządzeniu na swobodne, nie wymagające aktywności ze strony nabywcy, łączenie się z siecią Internet.

- Pożądaną dobrą praktyką jest wysyłanie do abonentów bezpośrednio po zalogowaniu nowego numeru do sieci, wiadomości tekstowych z informacją o możliwości łączenia się z siecią Internet, związanych z tym kosztami oraz o potrzebie sprawdzenia ustawień urządzenia.
- Pożądaną dobrą praktyką jest umożliwienie abonentom ustanawiania limitów wysokości opłat za transfer danych w ramach łączenia się z siecią Internet (oczywiście z wyłączeniem umów o świadczenie usługi dostępu do sieci Internet przewidującej wyłącznie opłatę abonamentową, nienależną od wielkości transferu danych). Mechanizm limitów mógłby zablokować dostęp do sieci po przekroczeniu ustalonego limitu lub poinformować abonenta o tym fakcie z pytaniem czy pomimo to abonent chce dalej korzystać z dostępu do sieci.

### ***Procedura dokonywania zmian warunków umowy***

Należy wyróżnić dwie podstawowe, znacznie różniące się co do przyczyn, trybu jak i skutków, kategorie zmian warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych:

1. Zmiana warunków umowy będąca skutkiem zgodnych oświadczeń woli stron umowy, dokonywana z inicjatywy abonenta albo dostawcy usług telekomunikacyjnych, opierająca się na ogólnej zasadzie, zgodnie z którą strony, które umowę zawarły, mogą dokonać jej zmian.
2. „Jednostronna” zmiana warunków umowy, dokonywana przez dostawcę usług telekomunikacyjnych, która staje się skuteczna w przypadku braku wypowiedzenia przez abonenta umowy w najbliższym możliwym terminie wypowiedzenia.

#### **➤ Zmiana warunków umowy będąca efektem zgodnych oświadczeń woli stron umowy**

Ogólną zasadą prawa cywilnego jest, iż strony umowy, poprzez zgodne oświadczenia woli mogą dokonać zmiany warunków wiążącej je umowy, przy czym oświadczenia woli powinny być złożone w takiej samej formie, w jakiej dokonano zawarcia umowy (art. 77 § 1 K.c.). W przypadku zawieranych na piśmie umów abonamentowych ogólna zasada prowadzi do wniosku, iż strony tej umowy mogą w niej dokonać dowolnej modyfikacji zawierając aneks do umowy. Należy jednak zauważyć, iż rynek usług telekomunikacyjnych jest niezwykle dynamiczny, a konkurujący dostawcy usług dokonują częstych zmian ofert i pakietów taryfowych. Zatem jest mało prawdopodobne, iż po upływie np. dwóch lat (a więc standardowego okresu na jaki zawierane są umowy abonamentowe) aneks do umowy będzie zawierany na podstawie takich samych ofert i planów taryfowych na jakich zawarto pierwotną umowę. Jak wynika z praktyki rynkowej, aneksy do umów są zawierane najczęściej w związku ze zbliżającym się upływem okresu na jaki została zawarta umowa abonamentowa (w wyniku inicjatywy ze strony dostawy usług telekomunikacyjnych lub abonenta), a aneksy do umów zawierane są na nowych (w stosunku do pierwotnej umowy) zasadach aktualnej oferty promocyjnej i pakietu taryfowego, określonych we właściwym regulaminie oferty promocyjnej lub cenniku. W przypadku zawarcia takiego aneksu do umowy niezmiennie postają w zasadzie tylko strony umowy oraz ogólnie rzecz ujmując przedmiot umowy – świadczenie usług telekomunikacyjnych – a zmianie ulegają bardzo często w zasadzie wszystkie najważniejsze warunki świadczenia usług. Z tego też powodu wzory pisemnych aneksów do umów określają właściwy dla

dokonywanych zmian regulamin, regulamin promocji lub cennik. Biorąc powyższe pod uwagę, zawierany w formie pisemnej aneks do umowy jest co do treści i formy bardzo zbliżony do nowo zawieranej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Jeżeli wejdą w życie znowelizowane przepisy Prawa telekomunikacyjnego, dopuszczające zawarcie abonamentowej umowy za pomocą elektronicznego formularza, opierając się na ogólnej zasadzie przedstawionej powyżej, strony abonamentowej umowy, zawartej w formie elektronicznej, będą mogły dokonać zmian jej warunków również z wykorzystaniem formy elektronicznej. W takim przypadku, aneks do umowy może przybrać postać dokumentu w formie elektronicznej, a do jego zawarcia (dokonania zmian warunków umowy) można będzie wykorzystać np. stronę internetową dostawcy usług.

#### Wnioski:

- Pisemny aneks do abonamentowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych powinien spełniać wszystkie wymogi w zakresie transparentności jakie powinna spełniać umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Zatem przygotowany przez dostawcę usług telekomunikacyjnych wzór aneksu powinien określać prawa i obowiązki stron umowy w sposób jasny, zrozumiały i w łatwo dostępnej formie na zasadach analogicznych do wymogów stawianych umowie (w szczególności wskazywanie prawidłowych załączników do aneksu do umowy, wielkość czcionki, układ graficzny tekstu aneksu do umowy, niezrozumiała terminologia, predefiniowanie zgód konsumentów, wskazywanie wartości i elementów składających się na ulgę udzielaną abonentowi).
- Zawarcie pisemnego aneksu do umowy powinno być poprzedzone doręczeniem konsumentom wzorców umów, które w przypadku zawarcia aneksu do umowy staną się dla stron wiążące. Biorąc pod uwagę zakres standardowych zmian dokonywanych na podstawie aneksu, obowiązek doręczenia wzorców umów obejmie najczęściej nowy regulamin promocji lub cennik (bardzo często pozostawiając ogólny regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych bez zmian).
- Wymogi w zakresie transparentności zarówno procesu zawierania aneksu do umowy jak i jego treści powinny znaleźć zastosowanie zarówno w przypadku aneksów zawieranych w lokalu przedsiębiorstwa, jak i aneksów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa albo na odległość.

Jeżeli aneks do umowy będzie zawierany w formie elektronicznej:

- Przed zawarciem aneksu w formie elektronicznej (dokonaniem zmian warunków umowy) konsument powinien otrzymać w jasnej, czytelnej i zrozumiałej formie wszystkie istotne informacje na temat warunków i zakresu zmian. W przypadku zawierania aneksu na stronie internetowej stosowne informacje powinny być wyświetlane w trakcie procesu zawierania umowy.
- W trakcie procesu zawierania aneksu do umowy, a jeszcze przed jego zawarciem, konsumentowi powinny zostać udostępnione wszystkie, a jednocześnie tylko te wzorce umowy, które w przypadku dokonania zmian będą dla konsumenta wiążące. W przypadku zawarcia aneksu na stronie internetowej wzorce powinny zostać udostępnione w taki sposób, aby konsument miał do nich dostęp bezpośrednio w procesie dokonywania zmian warunków umowy (właściwe wzorce powinny być niejako „podpięte” pod wybraną przez konsumenta ofertę) bez konieczności poszukiwania właściwych wzorców umów w innych zakładkach na stronie internetowej przedsiębiorcy. Zatem prawidłowy mechanizm to taki, który łączy

właściwe wzorce umowy w toku dokonywania przez konsumenta wyboru określonych ofert na stronie internetowej, gwarantując tym samym, iż wzorce widoczne i dostępne w procesie zawierania aneksu do umowy będą dla konsumenta wiążące w przypadku zawarcia aneksu do umowy.

- Wzorce umowy powinny zostać udostępnione w sposób i w formie umożliwiającej konsumentom przechowywanie (np. zapisanie na dysku twardym komputera lub pamięci przenośnej) oraz odtwarzanie (odczytywanie dokumentu zapisanego w formacie obsługiwanym przez powszechnie dostępne oprogramowanie) wzorców w zwykłym toku czynności (w dowolnym czasie, bez dodatkowych nakładów finansowych lub czasowych).
- Mechanizmy stosowane przez dostawcę usług telekomunikacyjnych powinny umożliwiać konsumentowi dostęp do treści zmienionej umowy – zarówno samej umowy (wypełnionego elektronicznego formularza - wzoru umowy lub wzoru aneksu do umowy) jak i właściwych regulaminów oraz cenników – w dowolnym momencie trwania umowy, albo poprzez umożliwienie konsumentowi zapisania treści umowy (wraz ze zmianami) na trwałym nośniku (np. dysku twardym swojego komputera) albo poprzez odstęp do indywidualnego konta, na którym będzie przechowywana treść umowy ze zmianami, w warunkach uniemożliwiających osobom trzecim jak i stronom umowy nieuprawnioną modyfikację treści zawartej umowy.

W tym miejscu należy odrębnie omówić zagadnienie dokonywania zmian w umowie o świadczenie usług przedpłaconych. Umowa o świadczenie usługi przedpłaconej jest zawierana przez czynność faktyczną z wykorzystaniem właściwego regulaminu zamieszczonego np. na stronie internetowej. Dostawcy usług telekomunikacyjnych powszechnie umożliwiają dokonywanie przez abonentów *pre-paid* zmian warunków takiej umowy poprzez np. wysłanie wiadomości SMS z określoną komendą, przy czym zasady świadczenia usług na zmienionych warunkach określają również regulaminy zamieszczone m.in. na stronie internetowej. Dokonana w ten sposób zmiana warunków umowy o świadczenie usług przedpłaconych nie jest objęta zakresem regulacji art. 56 ust. 6 Pt, który odnosi się tylko do zmian warunków umów zawartych na piśmie. O ile mechanizm dokonywania w ten sposób zmian warunków umów o świadczenie przedpłaconych usług telekomunikacyjnych jest niezwykle szybki i wydajny, o tyle celem jest przyjęcie pewnych dobrych praktyk, które pozwolą na poszanowanie prawnie uzasadnionych interesów konsumentów.

Wnioski:

- W przypadku dokonania zmian warunków umów o świadczenie usług przedpłaconych przez abonentów, którzy nie podali dostawcy usług telekomunikacyjnych danych identyfikujących ich jako użytkowników danego numeru (tzw. użytkownicy niezarejestrowani), proponuję przyjęcie dobrej praktyki polegającej na wysłaniu abonentom wiadomości SMS potwierdzającej dokonanie zmian oraz opisującej zakres dokonanych zmian (oczywiście z uwzględnieniem ograniczeń wynikających ze środka komunikacji)
- W przypadku dokonania zmian warunków umów o świadczenie usług przedpłaconych przez abonentów, którzy podali dostawcy usług telekomunikacyjnych dane identyfikujące ich jako użytkowników danego numeru (tzw. użytkownicy zarejestrowani), proponuję przyjęcie dobrej praktyki polegającej na przesłaniu abonentom, na ich żądanie, informacji o fakcie i zakresie dokonania zmian na udostępniony w tym celu adres poczty elektronicznej.

Ustawa Prawo telekomunikacyjne zawiera szczególną, w stosunku do zasad ogólnych prawa cywilnego, regulację pozwalającą stronom zawartej na piśmie umowy abonamentowej na dokonanie zmian warunków umowy za pomocą środków porozumiewania się na odległość, w szczególności telefonicznie (w dalszej części określanym mianem dokonania zmian warunków umów na odległość). Zatem oprócz zasad ogólnych wynikających z Kodeksu cywilnego (z których korzysta wciąż znaczna liczba dostawców usług telekomunikacyjnych) Prawo telekomunikacyjne dopuszcza możliwość dokonania zmian warunków umów zawartych na piśmie np. poprzez złożenie oświadczeń woli w formie ustnej (podczas rozmowy telefonicznej) lub formie elektronicznej (strona internetowa dostawców usług lub wymiana korespondencji z wykorzystaniem poczty elektronicznej). Bez względu na zastosowaną w danym przypadku formę prawnie uzasadnione interesy konsumentów powinny być chronione.

#### Przykład:

Do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów napływają liczne sygnały od konsumentów, które świadczą, iż niejednokrotnie przekazywane im przez telemarketerów lub konsultantów, w trakcie rozmowy telefonicznej, informacje na temat proponowanych warunków zmiany umowy są niekompletne lub nierzetelne. Wśród podstawowych problemów konsumenci wskazują nierzetelne informacje o opłatach związanych z korzystaniem z usług (podstawowych lub dodatkowych), ilości i zasadach rozliczania tzw. darmowych minut (a więc jednostek rozliczeniowych przeznaczonych na połączenia, opłacanych w ramach opłaty abonamentowej). W skrajnych przypadkach okazuje się, iż nadesłane kurierem dokumenty nie dotyczą dokonania zmian warunków umowy (jak informowano w trakcie rozmowy telefonicznej), a zawarcia kolejnej / nowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Jednocześnie zdarza się, że dostawcy usług telekomunikacyjnych utrwalają jedynie końcowe oświadczenie abonenta o dokonaniu zmian warunków umów, nie nagrywając wcześniejszych wypowiedzi osoby działającej w imieniu dostawcy usług, co znacznie utrudnia późniejszą weryfikację prawidłowości procesu dokonywania zmian warunków umowy.

#### Wnioski:

- Bez względu na zastosowany środek porozumiewania się na odległość (telefon, strona internetowa, poczta elektroniczna) dostawca usług telekomunikacyjnych obowiązany jest przekazać konsumentom, jeszcze przed dokonaniem zmian warunków umowy, pełną, rzetelną i prawdziwą informację na temat oferowanych zmian warunków umowy. W zależności od wykorzystywanego środka komunikacji informacje takie powinny zostać przekazane w trakcie rozmowy telefonicznej, powinny być wyświetlane na stronie internetowej podczas procesu dokonywania zmian lub powinny być zawarte w wysłanej konsumentowi wiadomości e-mail.
- Z uwagi na ulotność przekazu całość rozmowy telefonicznej pomiędzy konsumentem a osobą występującą w imieniu i na rzecz dostawcy usług telekomunikacyjnych, prowadzonej w celu dokonania zmian warunków umowy, powinna być nagrywana. Wysoce pożądaną dobrą praktyką jest umożliwienie konsumentom odsłuchania lub udostępnienie w innej formie nagrania takiej rozmowy telefonicznej w przypadku wniesienia przez abonenta reklamacji, której przedmiotem są ustalenia poczynione w trakcie takiej rozmowy.
- Wymagane w takim przypadku przez prawo pisemne lub elektroniczne potwierdzenie dokonania zmian warunków umowy powinno w sposób jasny, zrozumiały i w łatwo dostępnej formie opisywać zakres dokonanych zmian warunków umowy oraz jednoznacznie wskazywać termin wprowadzenia zmian.

- Prawo telekomunikacyjne daje dostawcom usług termin jednego miesiąca, od dnia zlecenia zmiany, na potwierdzenie zakresu i terminu dokonanych zmian. Pożądaną dobrą praktyką jest wysyłanie takich potwierdzeń w taki sposób, aby dotarły do abonenta jeszcze przed terminem wprowadzenia zmian.
- Prawo telekomunikacyjne nie wymaga od dostawców usług poinformowania abonenta o przysługującym mu w takim przypadku prawie odstąpienia od dokonanych na odległość zmian i warunkach wykonania tego prawa. W związku z powyższym wysoce pożądaną dobrą praktyką jest informowanie konsumentów o istnieniu takiego prawa, warunkach i terminach jego wykonania oraz o przypadkach, w których prawo odstąpienia nie przysługuje. Jedynie na marginesie można zauważyć, iż jak uczą doświadczenia z prawem odstąpienia w przypadku tzw. sklepów internetowych, wiedza o istnieniu takiego prawa zachęca konsumentów do zakupów on-line, przy jednoczesnym niskim odsetku konsumentów decydujących się na skorzystanie z prawa odstąpienia. Analogiczny mechanizm mógłby zadziałać w przypadku dokonywania na odległość zmian warunków umów.

### ➤ „Jednostronna” zmiana warunków umowy, dokonywana przez dostawcę usług telekomunikacyjnych

Zmiany warunków umów, opisane w niniejszej części, dla odróżnienia ich od zmian dokonywanych przez zgodne oświadczenia woli stron, będą określane mianem zmian „jednostronnych”. W takim przypadku to dostawca usług telekomunikacyjnych podejmuje decyzje o zmianie warunków umów już wiążących, przy czym powodem może być np. konieczność dostosowania tych warunków do zmienionych przepisów prawa albo autonomiczna decyzja dostawcy usług. W takim przypadku Prawo telekomunikacyjne nakazuje, co do zasady, przesłanie abonentom, będącym stronami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych na piśmie oraz zarejestrowanym abonentom usług przedpłaconych, pisemnych (lub na żądanie abonenta w formie elektronicznej) informacji o treści proponowanych zmian warunków umów oraz prawie wypowiedzenia umowy (w zależności od okoliczności wraz z informacją o możliwości lub braku możliwości żądania przez dostawcę usług zwrotu proporcjonalnie pomniejszonej równowartości ulgi udzielonej przy zawarciu umowy). Proponowane przez dostawców usług zmiany warunków umów wchodzi w życie, jeżeli abonent nie wypowie umowy z uwagi na brak akceptacji proponowanych zmian warunków umowy. Również w tym zakresie pojawiają się działania nie spełniające postulatu transparentności.

#### Przykład:

Zamieszczanie informacji o zmianie wzorca w odrębnej korespondencji w miejscach łatwych do przeoczenia np. wśród informacji handlowych (np. w gazetce z reklamami). Tego zagadnienia dotyczyła decyzja Prezesa UOKiK, który uznał działania przedsiębiorcy, polegające na zamieszczeniu informacji o planowanych zmianach we wzorcach umowy w przesłanym konsumentom magazynie o charakterze reklamowym, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów (decyzja Prezesa UOKiK DDK Nr 7/2010 – decyzja nieprawomocna).

#### Wnioski:

- W ramach wykonywania obowiązku dostarczania konsumentom informacji o proponowanej zmianie warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przedsiębiorcy powinni doręczać pisma, które będą w sposób czytelny – tj. poprzez użycie odpowiedniej czcionki, układu graficznego jak też doboru adekwatnego miejsca zamieszczenia takiej informacji w ramach dokumentu - informowały konsumenta o treści proponowanej zmiany

warunków umowy.

- Uwzględniając stanowisko Izb należy wyjaśnić, iż co do zasady za dopuszczalne należy uznać zamieszczenie pełnej, rzetelnej i sporządzonej w czytelnej formie informacji o proponowanej zmianie warunków umów na odwrocie faktury VAT, pod warunkiem, że na pierwszej stronie faktury zostanie wyraźnie zaznaczone, iż na jej odwrocie znajdują się informacje, z którymi konsument powinien się zapoznać. Oczywiście będzie to możliwe jedynie, gdy objętość informacji pozwala na jej zamieszczenie na odwrocie faktury VAT bez uszczerbku dla czytelności informacji.
- Jeśli natomiast przedsiębiorca decyduje się poinformować konsumentów o ww. zmianach drogą elektroniczną, np. w formie wiadomości e-mail (po zgłoszeniu stosownego żądania przez abonenta), odpowiednia informacja powinna zostać zamieszczona na wstępie wiadomości e-mail, przed ewentualnymi innymi informacjami handlowymi, a tytuł (nagłówek) wiadomości e-mail powinien zawierać informację wskazującą, iż e-mail dotyczy np. proponowanych zmian warunków umowy, regulaminu lub cennika.
- Bez względu na formę, informacja o proponowanej zmianie powinna w sposób wyczerpujący (a zatem bez odsyłania do innych źródeł) jasny, czytelny i zrozumiały przedstawiać treść proponowanych przez dostawcę usług zmian warunków umowy. Komunikat wysyłany abonentom powinien zawierać informację o prawie wypowiedzenia umowy wraz z określeniem ewentualnych konsekwencji złożenia wypowiedzenia (roszczenie o zwrot równowartości udzielonej ulgi) oraz precyzować w jakim terminie oraz w jaki sposób (miejsce, forma) konsument może złożyć oświadczenie o wypowiedzeniu umowy.

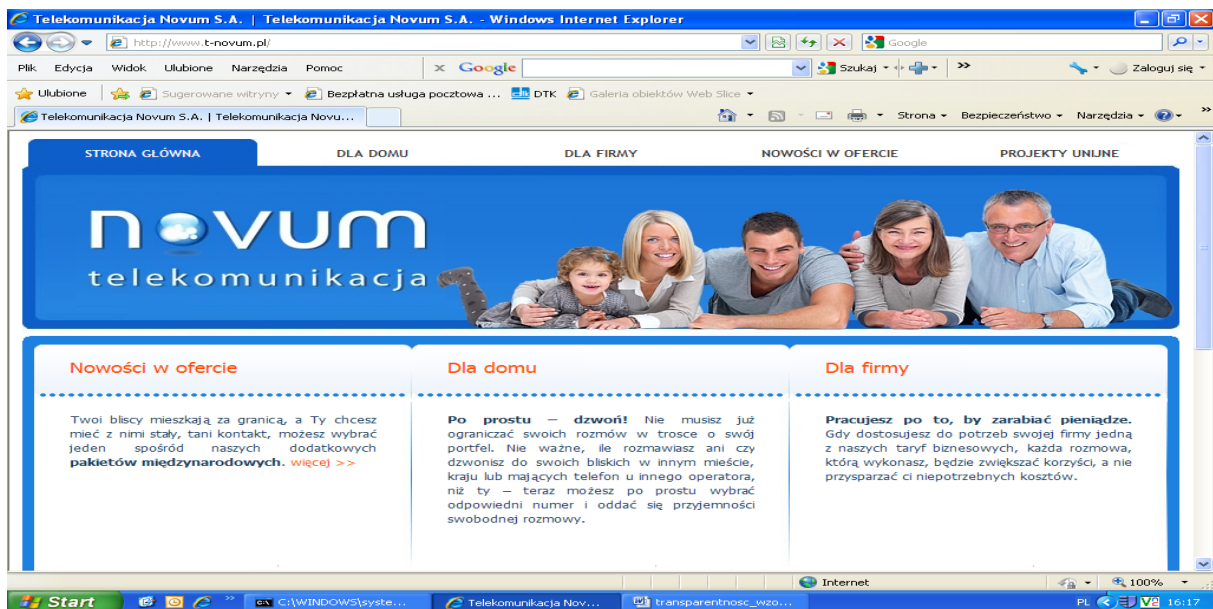
Prawo telekomunikacyjne przewiduje szczególny przypadek, w którym dokonanie przez dostawcę usług „jednostronnych” zmian warunków umowy nie wymaga indywidualnej informacji dla abonentów, poprzestając na wymogu podania informacji o zmianie do publicznej wiadomości. Zgodnie z art. 61a ust. 1 Pt jeżeli konieczność wprowadzenia zmiany warunków umowy wynika wyłącznie ze zmiany stawki podatku od towarów i usług stosowanej dla usług telekomunikacyjnych, dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych wykonuje obowiązki informacyjne w stosunku do abonentów poprzez podanie do publicznej wiadomości informacji o treści dokonywanych zmian, prawie wypowiedzenia umowy oraz skutkach skorzystania z tego prawa. W praktyce podanie do publicznej wiadomości tych informacji jest realizowane przez opublikowanie ich w prasie i/lub na stronie internetowej dostawcy usług.

Przykład:

Przedsiębiorca, zgodnie z dyspozycją art. 61a Pt, dokonując zmian stawek za połączenia w następstwie zmiany stawki podatku od towarów i usług, zamieścił stosowny komunikat na stronie wraz z podaniem linku, do miejsca w którym udostępnione zostały zmienione wzorce umów.



... niemniej jednak po kliknięciu na wskazany link pojawia się strona startowa bez zapowiedzianej wcześniej informacji - zatem na stronie internetowej następuje odesłanie do bliżej nieokreślonego miejsca na tej samej stronie internetowej.



#### Wnioski:

- Jeżeli przepisy prawa wymagają podania określonych informacji do publicznej wiadomości, dostawca usług telekomunikacyjnych spełni ten obowiązek publikując te informacje na stronie internetowej pod warunkiem, iż są to informacje pełne, rzetelne i prawdziwe, przygotowane w łatwo dostępnej formie, a opublikowane zostały w łatwo dostępnym, widocznym, nie wymagającym długiego poszukiwania miejscu na stronie internetowej.

## *Umowa abonamentowa a prawo odstąpienia od umowy.*

W toku konsultacji poprzedzających wydanie niniejszego dokumentu omawiano możliwość przyjęcia dobrych praktyk w zakresie wykonywania prawa odstąpienia od zawartej na odległość albo poza lokalem przedsiębiorstwa umowy, bądź też odstępowania od dokonanych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość zmian warunków umowy, które w większości nie spotkały się z akceptacją Izby.

W przypadku zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na odległość, zgodnie z art. 10 ust. 3 pkt 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.; zwanej dalej „uonpk”) jeżeli strony nie umówiły się inaczej, prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w przypadku świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą konsumenta, przed upływem terminu na odstąpienie od umowy. Z informacji posiadanych przez UOKiK wynika, iż znaczna część przedsiębiorców telekomunikacyjnych pobiera od konsumentów zgodę na świadczenie usługi, a rozpoczęcie świadczenia usług jest momentem utraty prawa odstąpienia od umowy – pomimo, iż cytowany przepis wyraźnie pozwala przedsiębiorcom na przyjęcie zasady, iż pomimo rozpoczęcia świadczenia usług przed rzeczonym terminem konsument zachowuje prawo odstąpienia od umowy, aż do momentu upływu terminu ustawowego. Przyjęty mechanizm skutkuje utratą prawa odstąpienia od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych często już tego samego lub następnego dnia po dniu zawarcia umowy.

W tym miejscu należy zaznaczyć, iż w przypadku zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, z uwagi na brak analogicznej regulacji, rozpoczęcie świadczenia usługi przed upływem terminu na dostąpienie od umowy nie skutkuje utratą prawa odstąpienia od umowy.

W przypadku dokonania zmian warunków umowy za pomocą środków porozumiewania się na odległość, abonent ma prawo odstąpienia od dokonanych w ten sposób zmian warunków umowy (art. 56 ust. 6 i nast. Pt). Przedmiotowe uprawnienie do odstąpienia od umowy dotyczy również sytuacji zmiany warunków umowy poprzez zawarcie pisemnego aneksu do umowy na odległość z wykorzystaniem kuriera. Niemniej jednak, w tym przypadku, tak samo jak w przypadku zawarcia nowej umowy, rozpoczęcie świadczenia usługi, za zgodą abonenta, na zmienionych warunkach, przed upływem terminu na odstąpienie, wyznacza kres prawa odstąpienia od dokonanych zmian.

Ostatni problem to przypadek zawarcia pisemnego aneksu do umowy poza lokalem przedsiębiorstwa. W takim przypadku powstaje wątpliwość co do możliwości objęcia tej sytuacji zakresem regulacji art. 2 i nast. uonpk, a zatem wątpliwa jest możliwość odstąpienia przez konsumenta od tak dokonanej zmiany.

Powyższe powoduje, iż niejednokrotnie ochrona interesów konsumentów w postaci prawa odstąpienia od zawartej lub zmienionej na odległość umowy ma charakter niewystarczający, mając w szczególności na uwadze, że w przypadkach opisanych powyżej prawo odstąpienia może wygasać już np. w dniu następnym po zawarciu lub dokonaniu zmian warunków umowy.

### Wnioski:

- Wysoce pożądanym jest przyjęcie dobrej praktyki (w pełni prawnie dopuszczalnej), na mocy której dostawcy usług telekomunikacyjnych umożliwiliby konsumentom odstępowanie od zawartej na odległość umowy lub od dokonanych na odległość zmian warunków umowy, nawet w przypadku rozpoczęcia świadczenia usług, za zgodą abonenta, przed upływem terminu na odstąpienie. W takim przypadku nie ma przeszkód prawnych, aby za usługi

świadczone do momentu odstąpienia przez konsumenta od umowy albo od dokonanych zmian warunków umów dostawca usług naliczył uzasadnioną, proporcjonalną opłatę – skoro ustawodawca pozwala na przyjęcie w umowie odmiennych od ustawowych zasad odstępowania od umowy już po rozpoczęciu, za zgodą konsumenta, świadczenia usług telekomunikacyjnych, nie ma też przeszkód, aby dostawca usług zastrzegł, iż w takim przypadku za usługi świadczone do momentu odstąpienia naliczona zostanie proporcjonalna opłata (art. 395 § 2 K.c.).

- Proponuję przyjęcie dobrej praktyki, polegającej na umożliwieniu konsumentom, dokonującym zmiany warunków umów poza lokalem przedsiębiorstwa, odstępowania od tak dokonanych zmian. W takim przypadku nie ma przeszkód prawnych, aby za usługi świadczone do momentu odstąpienia przez konsumenta od dokonanych zmian warunków umowy dostawca usług naliczył uzasadnioną, proporcjonalną opłatę – w takim przypadku odstąpienie od dokonanych zmian następowałoby na podstawie umownego, a nie ustawowego, prawa odstąpienia od dokonanych zmian warunków umowy, przy czym konstrukcja umownego prawa odstąpienia przewiduje możliwość zastrzeżenia w umowie wynagrodzenia za usługi już świadczone (art. 395 § 2 K.c.).
- W tych przypadkach, w których przepisy prawa nie przewidują takiego obowiązku, pożądanym jest przyjęcie dobrej praktyki polegającej na informowaniu konsumentów o istnieniu ustawowego lub umownego prawa odstąpienia od umowy lub zmian warunków umowy, wraz ze wskazaniem zasad korzystania z tego prawa i przypadków, w których prawo to nie przysługuje.

Jedynie na marginesie można zauważyć, iż jak uczą doświadczenia z realizacją prawa odstąpienia w przypadku sklepów internetowych, wiedza o istnieniu takiego prawa zachęca konsumentów do zakupów on-line, przy jednoczesnym niskim odsetku konsumentów decydujących się na skorzystanie z prawa odstąpienia. Analogiczny mechanizm mógłby zadziałać w przypadku prawa odstąpienia od umowy lub dokonanych zmian warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

### III. Praktyczne problemy związane z brakiem transparentności wzorców umów wraz z propozycjami przeciwdziałania nieprawidłowościom

#### ➤ Wielkość czcionki, układ strony, układ graficzny tekstu itp.

Niewątpliwie wzorec umowy (wzór umowy, wzór aneksu do umowy, regulamin świadczenia usług, regulamin promocji, cennik) przygotowany z wykorzystaniem bardzo małej czcionki nie jest wzorcem transparentnym, gdyż znacznie utrudnia lub wręcz uniemożliwia fizyczne zapoznanie się z treścią postanowień umowy, abstrahując nawet od zrozumiałości tych postanowień.

#### Przykład:

Prezes UOKiK uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów doręczanie konsumentom regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego w nieczytelnej formie graficznej, tj. sporządzonej bardzo małą czcionką o kolorze niebieskim, a przez to utrudniającą percepcję jego treści przez konsumentów, co stanowi naruszenie obowiązku formułowania wzorca umowy jednoznacznie i w sposób zrozumiały. Przedmiotowe dokumenty, których dotyczyła decyzja Prezesa UOKiK, zostały sporządzone na jednej stronie formatu A4, w układzie 3 kolumn, klasyczną czcionką w kolorze niebieskim, o rozmiarze w przybliżeniu 5 punktów skali przyjętej w programie typu Word, minuskułami, drukiem bezszeryfowym (decyzja nr RPZ 29/2010 – decyzja nieprawomocna).

#### Przykład:

W warunkach oferty promocyjnej jednego z dostawców usług wielkość czcionki stanowi ok. „6” punktów skali przyjętej w programie typu Word – po skopiowaniu wygląda to tak:

W okresie od 02.02.2011 r. do odwołania, jednakże nie dłużej niż do dnia 30.06.2011 r. (włącznie), Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o., operator sieci Era oferuje

Warunki Oferty Promocyjnej „Dwa razy więcej” w sieci Era („Oferta promocyjna”)  
Nowa oferta Polskiej Telefonii Cyfrowej Sp. z o.o., operatora sieci Era  
KODY PROMOCJI: P\_2011\_ZKMIN\_24; P\_2011\_ZKMIN\_36; P\_2011\_RODZINA\_24; P\_2011\_RODZINA\_36; P\_2011\_TELEFON\_24; P\_2011\_TELEFON\_36

I. Opis oferty

W okresie od 01.04.2011 r. do wyczerpania zapasów zestawów objętych niniejszą promocją lub jej odwołania, jednakże nie dłużej niż do dnia 30.06.2011 r. (włącznie), Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o., operator sieci Era (zwana dalej Operator) oferuje:

- PROMOCYJNY ZAKUP TELEFONU:**  
W ramach Oferty Promocyjnej Abonent ma możliwość zakupu nowego telefonu w promocyjnej cenie. Lista telefonów oraz ceny promocyjne dla poszczególnych Zestawów oraz taryf znajdują się w Załączniku cenowym „Promocyjne telefony” dla taryf Rodziny, który stanowi załącznik do niniejszej Umowy.
- OPLATA ZA PRZYŁĄCZENIE DO SIETCI ERA** w ramach niniejszej promocji wynosi 49 zł z VAT (39,94 zł netto) niezależnie od wybranego Zestawu. Opłata ta jest doliczana do pierwszej faktury miesięcznej, wystawianej po aktywacji Karty SIM.
- PROMOCYJNE ZESTAWY:**

Zestaw	Rodzina 110	Rodzina 80	Rodzina 60	Rodzina 40	Rodzina 20
Minuty do sieci krajowych (z wyłączeniem PLAY, Cyfrowego Polsatu oraz Centertel) w ramach abonamentu. Minuty wymienne na SMS-y, MMS-y, dane oraz połączenia międzynarodowe na numery stacjonarne do krajów Unii Europejskiej* w stosunku 1:1.	440	300	180	100	40
Promocyjny pakiet minut do wszystkich sieci krajowych. Minuty					

#### Przykład:

Dostarczane konsumentom regulaminy usług w wersji papierowej są również zapisane bardzo małą czcionką - ok. „5” punktów skali przyjętej w programie typu Word ...





stronie. Nie da się ukryć, iż z biegiem lat zwiększa się liczba obligatoryjnych elementów umowy, natomiast niezmienna pozostaje zasada „jednej kartki”, co odbywa się oczywiście kosztem wielkości czcionki, skutkując niską transparentnością wzoru umowy.

Wnioski:

- Zwiększenie rozmiarów czcionki we wzorcu umowy (umowie, aneksie do umowy, regulaminie, regulaminie promocji i cenniku) jest niezbędne dla podniesienia - aktualnie bardzo często niskiego - poziomu przejrzystości i czytelności umowy.
- Powszechnie przyjętym standardem sporządzania czytelnych pism jest stosowanie czcionki „12”, dopuszcza się również czcionkę „11”. Niemniej jednak, przyjmując postawę pragmatyczną, należy przyjąć dobrą praktykę wymagającą stosowania czcionki nie mniejszej niż „10”, przy czym czytelność umowy będzie w takim przypadku zależała w dużym stopniu również od typu czcionki, tła, szaty graficznej wzorca jak również jakości wydruku.
- Biorąc pod uwagę brak dodatkowych kosztów druku w tym zakresie po stronie dostawców usług, należy również zaproponować dobrą praktykę, wymagającą zamieszczania na stronach internetowych dostawców usług wzorców umów w formie elektronicznej, sporządzonych z wykorzystaniem czcionki „12” i zapisanych tak, aby wyświetlany tekst dawał się powiększyć wedle uznania czytającego, również w celu dokonania wydruku. Powyższa dobra praktyka nabierze dodatkowej wagi prawnej w przypadku wejścia w życie przepisów pozwalających na zawieranie umów abonamentowych w formie elektronicznej.
- Wzór umowy (aneksu do umowy) o świadczenie usług telekomunikacyjnych nie musi mieścić się na jednej kartce formatu A4.

W pierwszej kolejności należy wyjaśnić, iż sama w sobie „zasada jednej kartki” nie jest szkodliwa, gdyż w istocie nie chodzi o to, aby bez względu na treść, wzór umowy był obszerny. Niemniej jednak, nie można się zgodzić, iż zamieszczenie umowy na więcej niż jednej kartce mogłoby być czynnikiem zniechęcającym konsumentów do czytania umowy. W ocenie Prezesa UOKiK, czynnikiem znacznie bardziej zniechęcającym konsumentów jest wielkość czcionki w zasadzie uniemożliwiająca przeczytanie umowy. Należy pamiętać, iż zmniejszenie czcionki nie oznacza, iż automatycznie zmniejsza się treść, z którą powinien zapoznać się konsument.

W toku prac poprzedzających wydanie niniejszego dokumentu część konsultowanych Izb wskazała, iż jednym z powodów stosowania w umowach bardzo małej czcionki może być fakt, iż Prawo telekomunikacyjne przewiduje bardzo szeroki katalog obligatoryjnych elementów umowy, których zamieszczenie w umowie z wykorzystaniem standardowej czcionki może powodować, iż zarówno umowa jak i regulamin oraz cennik staną się dokumentami bardzo obszernymi, zniechęcającymi konsumentów do zapoznania się z nimi. Bez względu na zasadność powyższego argumentu nie można uznać za uzasadnione działań polegających na stosowaniu w umowach coraz mniejszej czcionki pozwalającej na zamieszczenie wszystkich potrzebnych postanowień umowy na jak najmniejszej powierzchni. Ograniczanie kosztów (w tym przypadku związanych z wydrukiem papierowych dokumentów) jest naturalnym działaniem każdego przedsiębiorcy działającego w warunkach gospodarki rynkowej, niemniej jednak granicą oszczędności są prawnie chronione interesy konsumentów, których podstawowym prawem jest w tym przypadku możliwość przeczytania dokumentów umowy, co z uwagi na bardzo małą czcionkę może być zadaniem bardzo trudnym, a na pewno zniechęcającym do zapoznawania się z warunkami umowy.

## ➤ **Informacja w umowie (aneksie do umowy) o wysokości opłat abonamentowych**

Zgodnie z Przepisami prawa telekomunikacyjnego umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych (a nie regulamin lub cennik) powinna określać w szczególności pakiet taryfowy, jeżeli na świadczone usługi obowiązują różne pakiety taryfowe. W praktyce obrotu gospodarczego wielu dostawców usług przyjęło, iż dla realizacji przedmiotowego obowiązku wystarczające jest podanie w umowie nazwy pakietu taryfowego obowiązującego konsumenta, którego nazwa może jedynie pośrednio wskazywać na wysokość miesięcznego abonamentu (np. „taryfa standardowa 50”), bez jednoczesnego wskazania bezpośrednio w umowie wysokości opłaty abonamentowej za daną usługę. W takim przypadku szczegółowe informacje na temat wysokości opłaty abonamentowej znajdują się w cenniku oraz regulaminie promocji, jeżeli umowa została zawarta na warunkach promocyjnych.

Powyższa praktyka czyni umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych mniej przejrzystą i czytelną dla abonentów, którzy muszą dokonać szczegółowej analizy umowy albo aneksu do umowy (nazwa pakietu taryfowego), cennika (który najczęściej przewiduje opłaty dla wszystkich aktualnych ofert) oraz regulaminu promocji, aby móc ustalić wysokość opłaty abonamentowej w poszczególnych okresach rozliczeniowych. Co więcej, zawarcie umowy (aneksu do umowy) na warunkach promocyjnych (a więc przypadek aktualnie najbardziej powszechny) powoduje, iż bardzo często wysokość opłat abonamentowych w poszczególnych okresach rozliczeniowych może ulegać zmianie, najczęściej w ten sposób, iż w początkowych okresach rozliczeniowych abonent jest zwolniony z opłat abonamentowych lub ponosi opłaty symboliczne, a po upływie okresu promocyjnego ponosi opłaty w pełnej wysokości. Należy zaznaczyć wyraźnie, iż zawieranie umów na warunkach promocyjnych może być dla konsumentów ze wszech miar korzystne, zatem analizowany problem nie dotyczy warunków promocji, a sposobu przedstawienia abonentom informacji na temat wysokości opłat abonamentowych. Ponadto, podawanie w umowie jedynie informacji o pakiecie taryfowym skutkuje pominięciem w umowie informacji na temat różnego rodzaju usług dodatkowych, aktywowanych wraz z zawarciem umowy, za które często przewidziana jest opłata abonamentowa.

Powyżej przedstawiony stan rzeczy powoduje, iż w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych brakuje podstawowych dla każdego konsumenta informacji o wysokości stałych miesięcznych zobowiązań związanych z zawarciem umowy. Ustalenie łącznej wartości miesięcznych opłat abonamentowych – informacji przedmiotowo istotnej dla każdego konsumenta – wymaga, w przypadku umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, przeprowadzenia szczegółowej analizy co najmniej trzech dokumentów: umowy (aneksu do umowy), regulaminu promocji oraz cennika, co nie może być uznane za model transparentny. Należy wyjaśnić, iż powyższe uwagi odnoszą się tylko do braku w umowie informacji o wysokości opłat abonamentowych, rozumianych jako wysokość stałych, okresowych zobowiązań pieniężnych abonenta.

Ponadto, w przypadku zastosowania mechanizmu „automatycznego” przekształcania się umowy – umowa, po upływie czasu, na jaki została zawarta, przekształca się w umowę zawartą na czas nieoznaczony, chyba że w określonym czasie abonent złoży przeciwne oświadczenie woli - należy wskazać, iż w wielu przypadkach umowa nie precyzuje na jakich warunkach będzie obowiązywała umowa po jej przekształceniu w umowę zawartą na czas nieoznaczony, w szczególności nie wskazuje wysokości opłaty abonamentowej w tym okresie, czy chociaż cennika, na podstawie którego nastąpi ustalenie wysokości opłaty abonamentowej po przekształceniu się umowy.

### Przykład:

Postanowienie regulaminu: *W przypadku, gdy na 30 dni przed upływem okresu, na który została zawarta Umowa, Abonent nie zawiadomi Operatora w formie pisemnej, że nie zamierza w dalszym*

*ciągu korzystać z Usług Telekomunikacyjnych świadczonych przez Operatora, wówczas Umowę zawartą na czas oznaczony uważa się za przedłużoną na czas nieoznaczony.*

Niejednokrotnie okazuje się, iż w wyniku „automatycznego” przekształcenia umowy w umowę zawartą na czas nieoznaczony, wysokość miesięcznej opłaty abonamentowej znacznie wzrasta, czego konsument mógł być nieświadomy.

Wnioski odnoszące się do wszystkich wskazanych powyżej problemów – istnieje potrzeba przyjęcia i stosowania przez dostawców usług telekomunikacyjnych następujących dobrych praktyk:

- Z uwagi na wymóg przekazywania konsumentom pełnej, rzetelnej i prawdziwej informacji wysoce pożądaną praktyką jest wskazywanie bezpośrednio w umowie albo aneksie do umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (a nie tylko w regulaminie promocji lub cenniku) informacji o wysokości opłaty abonamentowej, wynikającej z regulaminu promocji oraz cennika, poprzez podanie kwoty brutto w złotych polskich.
- Jeżeli umowa obejmuje więcej niż jedną usługę płatną w systemie abonamentowym, umowa powinna informować oddzielnie o wysokości abonamentu dla każdej z usług.
- Jeżeli warunki promocyjne przewidują, iż wysokość opłaty abonamentowej będzie się zmieniać w poszczególnych okresach rozliczeniowych (np. wysokość abonamentu wzrośnie po upływie pierwszych sześciu miesięcy promocyjnych) wzór umowy albo aneksu do umowy (a nie regulaminu lub cennika) powinien jasno informować o wysokości opłaty abonamentowej w trakcie i po upływie okresu promocyjnego, ze wskazaniem liczby promocyjnych okresów rozliczeniowych danej umowy.
- W przypadku, gdy umowa przewiduje „automatyzm” przekształcania umowy w umowę zawartą na czas nieoznaczony, postanowienia umowy przewidujące taki mechanizm powinny być zawarte w samej umowie (a nie w regulaminie lub cenniku), a jednocześnie umowa powinna precyzować na jakiej podstawie będzie określana wysokość opłaty abonamentowej w okresie niepromocyjnym (po przekształceniu umowy) z wyraźnym wskazaniem cennika, który w takim przypadku znajdzie zastosowanie.

Przykład:

Informacja o tym, że aktywacja usługi dodatkowej (np. w postaci odtwarzania utworu muzycznego w czasie oczekiwania na połączenie telefoniczne czy otrzymywania sms-ów z informacjami o charakterze rozrywkowym), za korzystanie z której przewidziana jest opłata abonamentowa lub inna cykliczna opłata, nastąpi wraz z aktywacją nowo zawieranej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych albo aktywacją aneksu do umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, znajduje się nie w umowie/aneksie, a w warunkach oferty promocyjnej, będącej załącznikiem do umowy/aneksu.

**7. SERWIS „GRANIE NA CZEKANIE” ORAZ PAKIET „PRENUMERATA”**

- a) Serwis „Granie na Czekaniu” (dalej również „Serwis”) oraz pakiet „Prenumerata” zostaną nieodpłatnie aktywowane w terminie 30 dni od momentu aktywacji Karty SIM.
- b) Serwis aktywowany jest z wybraniem przez Operatora ułamek, spośród utworów dostępnych w ramach Serwisu, za co Operator nie pobiera opłaty (zmiana ułamek przez Abonenta związana jest z opłatą wskazaną w Regulaminie Serwisu „Granie na Czekaniu”). Operator nie pobiera także opłat abonamentowych za korzystanie z Serwisu w trakcie okresu promocyjnego trwającego od aktywacji Serwisu do końca Cyklu Rozliczeniowego, następującego po Cyklu Rozliczeniowym, w którym nastąpi aktywacja. Po zakończeniu okresu promocyjnego za dalsze korzystanie z Serwisu Operator będzie pobierał opłatę abonamentową, określoną w Regulaminie Serwisu „Granie na Czekaniu”, w wysokości 2 zł z VAT (1,64 zł netto) w Cyklu Rozliczeniowym.
- c) Korzystanie z pakietu „Prenumerata” jest bezpłatne w promocyjnym okresie 7 dni, licząc od dnia otrzymania pierwszego MMS / SMS z daną prenumeratą. Po zakończeniu okresu promocyjnego opłata za poszczególne prenumeraty będzie naliczana w następującej wysokości:
- Prenumerata SMS „Dziewięć dni” - 0,10 zł z VAT (0,06 zł netto) za jeden otrzymany SMS. Wiadomość wysyłana raz dziennie.
  - Prenumerata MMS „Plotek” - 0,30 zł z VAT - (0,25 zł netto) za jeden otrzymany MMS. Wiadomość wysyłana raz dziennie od poniedziałku do piątku.
  - Prenumerata MMS „Gazeta MMS” - 0,30 zł z VAT (0,25 zł netto) za jeden otrzymany MMS. Wiadomość wysyłana raz dziennie.
- d) Prenumerata MMS zostanie aktywowana, w ramach Umów związanych z zakupem aparatu telefonizacyjnego obsługującego wiadomości MMS. Prenumerata MMS „Plotek”, zostanie aktywowana w ramach Umów z Abonentami, których numer PESEL wskazuje pięć zerami, natomiast Prenumerata MMS „Gazeta MMS” w ramach Umów z Abonentami, których numer PESEL wskazuje pięć myślików.
- e) Opłata abonamentowa za Serwis lub opłata za korzystanie z poszczególnych Prenumerat będzie wyodrębniona na rachunku szczegółowym, jako „serwis specjalne wap”.
- f) Po aktywacji Serwisu Abonent otrzyma SMS z komunikatem potwierdzającym aktywację usługi oraz informującym o sposobie rezygnacji z Serwisu.
- g) Po aktywacji Serwisu Abonent może w dowolnym momencie zrezygnować z korzystania z Serwisu poprzez wysłanie wiadomości SMS o treści NIE na bezpłatny numer 80333.
- h) Przed zakończeniem okresu promocyjnego, o którym mowa w pkt b), Abonent otrzyma SMS informujący o tym, iż za dalsze korzystanie z Serwisu pobierana będzie opłata abonamentowa oraz o sposobie bezpłatnej rezygnacji z Serwisu.
- i) Po aktywacji pakietu „Prenumerata” Abonent otrzyma SMS z komunikatem potwierdzającym aktywację usług oraz informującym o sposobie rezygnacji z pakietu.
- j) Po aktywacji pakietu Abonent może w dowolnym momencie zrezygnować z poszczególnych Prenumerat poprzez wysłanie na bezpłatny numer 5717 komunikatów:
- Prenumerata SMS „Dziewięć dni” - SMS o treści DP ANULUJ
  - Prenumerata MMS „Plotek” - SMS o treści PLK ANULUJ
  - Prenumerata MMS „Gazeta MMS” - SMS o treści GF ANULUJ
- k) Przed zakończeniem okresu promocyjnego, o którym mowa w pkt c), Abonent otrzyma SMS informujący o tym, iż za dalsze korzystanie z pakietu pobierane będą opłaty oraz o sposobie bezpłatnej rezygnacji z pakietu.

**Wnioski:**

- W sytuacji, gdy aktywacja usługi dodatkowej, za korzystanie z której przewidziana jest opłata abonamentowa lub inna cykliczna opłata, nastąpi przez sam fakt zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub podpisania aneksu do umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, wysoce pożądaną jest przyjęcie dobrej praktyki, zgodnie z którą w umowie/aneksie zamieszczana będzie informacja co najmniej o fakcie aktywowania tej usługi oraz jej koszcie, np. w formie następującej:

Rodzaj usługi dodatkowej aktywowanej wraz z zawarciem umowy	Okres bezpłatny	Wysokość opłaty abonamentowej po okresie bezpłatnym
<b>Serwis „Granie na czekaniu”</b>  (aktywacja w ciągu 30 dni od momentu aktywacji karty SIM)	3 miesiące (liczone od aktywacji serwisu do końca cyklu rozliczeniowego, następującego po cyklu rozliczeniowym, w którym nastąpi aktywacja)	2 zł z VAT (1,64 netto) w cyklu rozliczeniowym
<b>Pakiet „Prenumerata”</b>	7 dni (liczone od otrzymania pierwszego mms/sms z daną prenumeratą)	wskazanie dziennego/miesięcznego kosztu prenumeraty, będącego iloczynem kosztu brutto wiadomości sms/mms oraz liczby wiadomości otrzymywanych dziennie/miesięcznie

**Przykład:**

Czasami wysokość miesięcznego abonamentu, z uwagi na warunki oferty promocyjnej, może ulec zmianie w trakcie trwania umowy, przy czym nie informuje o tym bezpośrednio umowa, a jedynie postanowienia określonego regulaminu promocji.

Może się również zdarzyć, jak w poniższym przykładzie, iż warunki zmian wysokości opłat abonamentowych, mimo iż wskazane w umowie, są przedstawione w sposób znacznie utrudniający przeciętnemu konsumentowi uzyskanie informacji o wysokości opłaty abonamentowej w poszczególnych okresach rozliczeniowych.

#### Miesięczne Opłaty Abonamentowe

Opłata Abonamentowa za Pakiet Familijny wynosi 37,90 zł brutto

Okres Rozliczeniowy 4) Jeden miesiąc

#### Promocyjne warunki umowy

Okres Podstawowy (ilość miesięcznych Okresów Rozliczeniowych) 15

Ulga przyznana w Okresie Podstawowym 58,00 zł

1) Informacja fakultatywna podawana ze zgodą Abonenta.

2) Informacja fakultatywna podawana ze zgodą Abonenta, gdy jego adres zameldowania jest na terytorium Polski, zaś obowiązkowa, gdy Abonent jest zameldowany poza terytorium Polski.

3) Indywidualny numer konta dla Abonenta.

4) Pierwszy Okres Rozliczeniowy może być dłuższy niż miesiąc, nie dłuższy jednak niż dwa miesiące.

#### Promocyjne warunki umowy (ciąg dalszy)

1. W ramach promocji, w pierwszych dwóch Okresach Rozliczeniowych Opłaty Abonamentowe z tytułu korzystania z Usługi: Pakiet Familijny w odniesieniu do każdego z dwóch pierwszych Okresów Rozliczeniowych wynoszą łącznie 9,90 złotych, chyba, że Abonent skorzysta z opcji wskazanej w pkt 2 poniżej.

2. Do końca pierwszego Okresu Rozliczeniowego Abonent jest uprawniony do wskazania, że wyraża wolę zastąpienia Usługi Pakiet Familijny Usługą:

(1) Pakiet Mini, w skład której na dzień podpisania Umowy wchodzi następujące programy: Polsat, TV4, TVP1, TVP2, TVP Info, TVN, TVN Siedem, Polsat 2, Polsat Cafe, Polsat Jim Jam bądź

(2) Usługą Pakiet Mini Max, w skład której na dzień podpisania Umowy wchodzi następujące programy: Polsat, TV4, TVP1, TVP2, TVP Info, TVN, TVN Siedem, Polsat 2, Polsat News, Polsat Cafe, Polsat Play, Polsat Sport, Polsat Film, Polsat Jim Jam.

W takim przypadku:

(1) Począwszy od drugiego Okresu Rozliczeniowego, Cyfrowy Polsat zamiast Usługi Pakiet Familijny będzie świadczył Usługę Pakiet Mini bądź Pakiet Mini Max.

(2) Opłaty Abonamentowe z tytułu korzystania z Usługi: Pakiet Mini Max należne w drugim Okresie Rozliczeniowym wynoszą łącznie 9,90 złotych.

3. Od trzeciego Okresu Rozliczeniowego Abonent jest zobowiązany do wnoszenia Opłat Abonamentowych zgodnie z obowiązującym cennikiem.

#### Wnioski:

- Warunki oferty promocyjnej muszą być tak skonstruowane i zapisane, aby przeciętny konsument nie miał problemów z określeniem wysokości abonamentu w poszczególnych okresach rozliczeniowych.
- Jeżeli warunki umowy przewidują, iż wysokość miesięcznego abonamentu będzie ulegać zmianie, umowa (aneks do umowy), być może w formie tabelarycznej, powinna określać wysokość opłaty abonamentowej w poszczególnych okresach rozliczeniowych.

W toku prac poprzedzających wydanie niniejszego stanowiska Izby przedstawiły krytyczne stanowisko w odniesieniu do zamieszczania bezpośrednio w umowie (a nie cenniku) postanowień określających wysokość opłat abonamentowych, przedstawiając następujące uzasadnienie.

Art. 56 ust. 3 pkt 5 Prawa telekomunikacyjnego wskazuje, że w umowie powinien być określony pakiet taryfowy, jeżeli na świadczone usługi obowiązują różne pakiety taryfowe. Jednocześnie art. 61 ust. 3 Pt stanowi, że dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych określa w cenniku usług telekomunikacyjnych, ceny za przyłączenie do sieci, za usługi, za obsługę serwisową oraz szczegółowe informacje dotyczące stosowanych pakietów cenowych oraz opustów. Naturalnym miejscem zamieszczania cen jest zatem cennik, w umowie natomiast wystarczy określenie pakietu taryfowego. Ponadto, w ocenie Izby przeniesienie do umowy unormowań dotyczących cen usług telekomunikacyjnych stanowić będzie barierę dla obniżki cen. W przypadku umów każda zmiana ich warunków (wyjąwszy przypadki zmian wynikających ze zmiany przepisów prawa), w tym również obniżka cen zamieszczonych w umowie, powoduje możliwość nieskrepowanego rozwiązania umowy przez abonenta (art. 60a ust. 1-2 Pt). Natomiast w przypadku zmian cennika skutki takie wywołuje jedynie podwyżka cen (art. 61 ust. 6 Pt). Zatem, w ocenie Izby, rozwiązanie polegające na

zamieszczaniu bezpośrednio w umowie postanowień określających wysokość opłat abonamentowych, będzie niekorzystne dla abonentów, albowiem wykluczać będzie możliwą obniżkę cen.

Odnosząc się do powyższych zastrzeżeń, w ocenie Prezesa UOKiK, nie ma przeszkód prawnych dla takiego skonstruowania umowy, aby warunki wskazujące na wysokość okresowych opłat abonamentowych były wskazywane bezpośrednio w umowie. Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych może wskazywać wysokość należnych opłat abonamentowych w formie wyciągu z załączonych do umowy regulaminów i cenników, albo też jako swoistego rodzaju oświadczenie (zawarte w samej umowie, na wzór oświadczeń o otrzymaniu i zapoznaniu się z regulaminem i cennikiem), iż abonent zapoznał się z cennikami i regulaminami promocji, z których wynika wskazana kwotowo opłata lub opłaty abonamentowe.

Należy również zauważyć, że w chwili obecnej znaczna część umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych jest zawierana w ramach różnego rodzaju promocji skutkujących obniżeniem (w stosunku do oferty standardowej) opłat abonamentowych, których warunki określa regulamin promocji. W takich przypadkach to regulamin promocji określa m.in. wysokość opłat abonamentowych w okresie promocyjnym, na zasadzie odstępstwa od warunków standardowych określonych w cenniku. W takim przypadku, zgodnie z przepisami Prawa telekomunikacyjnego, obniżenie ceny abonamentowej, wskazanej w regulaminie promocji, miałyby takie same konsekwencje jak obniżenie opłaty abonamentowej wskazanej bezpośrednio w umowie – zgodnie z zasadą, iż jedynie obniżenie ceny wskazanej w cenniku (a nie umowie lub regulaminie) nie uprawnia abonentów do tzw. bezkosztowego rozwiązania umowy. Biorąc pod uwagę, iż dosyć powszechną praktyką jest podawanie informacji o wysokości opłat abonamentowych w regulaminie promocji (jeżeli przedmiotem promocji jest właśnie upust w opłatach abonamentowych), nie jest przekonywujący argument, iż to podawanie bezpośrednio w umowie informacji o wysokości miesięcznego abonamentu uniemożliwi obniżanie tych opłat abonamentowych.

### ➤ **Nieprawidłowe wskazywanie załączników do umowy (aneksu do umowy), które mają się stać integralną częścią umowy**

Jak już wskazano powyżej integralną częścią umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych jest nie tylko wypełniony wzór umowy (aneksu do umowy) ale również treść doręczanych lub udostępnianych regulaminów i cenników. Zatem standardową praktyką dostawców usług jest umieszczenie we wzorze umowy (aneksie do umowy) oświadczenia abonenta, iż otrzymał, zapoznał się i akceptuje postanowienia wskazanego z nazwy regulaminu i cennika. Klauzula taka spełnia dwojaką funkcję – wskazuje abonentowi jakie dokumenty składają się na treść umowy, natomiast dla dostawcy usług stanowi dowód, iż wzorce umowy zostały doręczone przed zawarciem umowy, a zatem mają charakter wiążący dla konsumenta. Wszelkie nieprawidłowości w tym zakresie mogą skutkować poważnymi wątpliwościami co do zakresu związania konsumenta wzorcami umowy, a tym samym treści samej umowy.

#### Przykład:

Dostawca usług zamieszcza we wzorze umowy oświadczenie abonenta (skuteczne po złożeniu podpisu na umowie), iż abonent otrzymał, zapoznał się i akceptuje wymienione regulaminy i cenniki, przy czym lista wymienionych załączników obejmuje regulaminy i cenniki, które nie mają przedmiotowego związku z zawieraną przez konsumenta umową. Innymi słowy, dostawca usług wymienia wszystkie aktualnie stosowane regulaminy i cenniki, nie zważając, iż w ramach konkretnej umowy tylko część z nich może znaleźć zastosowanie.

Zostałam/em poinformowana/y, iż wyrażenie poniższych zgód jest całkowicie dobrowolne i że można wyrazić wszystkie, niektóre zgody, jak i żadnej zgody, a każda ze zgód może być w każdej chwili cofnięta. Poniżej zostaje zamieszczona lista zgód, które wyraziłam/em. Wyrażam zgodę na;

0/1800 i UMTS przez spółkę pod firmą Polska Telefonia Komórkowa Centertel spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z dnia 19 września 2005 roku (zwany dalej "Regulaminem" lub "Regulaminem świadczenia usług telekomunikacyjnych"); 2) Cennik usług w ofertach Orange abonament oraz Orange mix, Cennik usług w ofercie Orange Music Mix (w zależności od wybranej przez Abonenta oferty) 3) Regulamin promocji Orange abonament i Orange mix, Regulamin promocji Orange Music Mix (w zależności od wybranej przez Abonenta oferty) 4) Regulamin promocji "Na zawsze dla Ciebie" (w zależności od wybranej przez Abonenta oferty) 5) Regulamin promocji "Moga być Twoje" (w zależności od wybranej przez Abonenta oferty) 6) Ogólne warunki świadczenia usług telekomunikacyjnych w ramach oferty Orange abonament oraz Orange mix, Ogólne warunki świadczenia usług telekomunikacyjnych w ramach oferty Orange Music Mix (w zależności od wybranej przez Abonenta oferty) 7) Obecny i docelowy zasięg sieci cyfrowych PTK Centertel 8) Regulamin oferty promocyjnej Orange Free; 9) Regulamin oferty promocyjnej Orange Free z laptopem. Termin oczekiwania na przyłączenie do sieci lub termin rozpoczęcia świadczenia usług wynosi do 7 dni od daty zawarcia niniejszej Umowy. W przypadku sporu pomiędzy Abonentem a Operatorem związanego ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych przez Operatora istnieje możliwość rozwiązania sporu w drodze postępowania medacyjnego prowadzonego przez Prezesa UKE lub poddania go pod rozstrzygnięcie stałego polubownego sądu konsumenckiego przy Prezesie UKE, zgodnie z art. 109 i art. 110 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. - Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 z późn. zm.). Oświadczam, że zapoznałem się z zasadami przetwarzania danych osobowych w tym danych transmisyjnych zawartymi w Załączniku nr 1 oraz z warunkami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartymi w Załączniku nr 2, które stanowią integralną część niniejszej umowy. Wyrażam zgodę na sporządzenie przez Operatora kserokopii lub odpisu z dokumentów załączonych do niniejszej Umowy, zawierających moje dane osobowe w celu wykonywania niniejszej Umowy zawartej z PTK Centertel. Użycie numerów abonenckich aktywowanych w sieci PTK Centertel wraz z adapterem komórkowym do przekierowań ruchu telekomunikacyjnego z pominięciem sieci innych uprawnionych operatorów lub na szkodę PTK Centertel może być podstawą do natychmiastowego rozwiązania Umowy przez PTK Centertel. Jakiegokolwiek odrębne dopiski i adnotacje na formularzu Umowy, w tym skreślenia, nie są uważane za ważne i nie są skuteczne zaś kurier dostarczający umowę nie jest upoważniony do dokonywania jakichkolwiek zmian czy akceptacji zmian Abonenta w stosunku do wydrukowanego tekstu, z wyjątkiem dopisania dwóch ostatnich cyfr numeru PESEL na drugiej stronie. W przypadku, gdy w chwili zawierania Umowy Abonent nie ma możliwości korzystania z usług o podwyższonej opłacie, aktywacja tych usług nastąpi automatycznie po pozytywnej weryfikacji wiarygodności płatniczej Abonenta, o czym zostanie on poinformowany SMS-em. PTK Centertel działając na podstawie art. 171 ust. 5 ustawy Prawo telekomunikacyjne, informuje, że sieć PTK Centertel zapewnia Abonentowi możliwość prezentacji identyfikacji numeru, z którego inicjowane jest połączenie (numery wywołującego), przed dokonaniem połączenia. Identyfikacja numeru może być, za pomocą prostych środków, wyeliminowana przez Abonenta wywołującego. Operator świadczy usługi telekomunikacyjne określone w cenniku, o jakości zgodnej z normami Europejskiego Instytutu. Operator informuje, iż w przypadku wyrażenia przez Abonenta zgody na zamieszczenie danych w spisie abonentów dla danego kontraktu, dane te będą udostępniane w ramach usługi informacji o numerach telefonicznych, a także przekazanie Telekomunikacji Polskiej S.A. w celu świadczenia usługi informacji o numerach telefonicznych oraz publikowania spisów (książek telefonicznych) w formie papierowej i elektronicznej (z możliwością elektronicznego wyszukiwania). W przypadku wyrażenia przez Abonenta ww. zgody Operator zastrzega sobie również możliwość publikacji własnych spisów (książek telefonicznych) w formie papierowej i elektronicznej (z możliwością elektronicznego wyszukiwania) oraz możliwości przekazania tych danych do innego przedsiębiorcy w celu świadczenia usługi informacji o numerach telefonicznych oraz publikowania spisów (książek telefonicznych) w formie papierowej i elektronicznej (z możliwością elektronicznego wyszukiwania).

#### Wnioski:

- Przedsiębiorca powinien wymieniać we wzorze umowy (wzorce aneksu do umowy) i załączać tylko te wzorce umowne, które faktycznie dotyczą umowy zawieranej z konsumentem. W przeciwnym wypadku konsument jest zmuszany do złożenia *de facto* nieprawdziwego oświadczenia, co uniemożliwia zarazem rzetelne zapoznanie się z treścią wiążącej umowy.
- Przedsiębiorca powinien wskazywać pełne nazwy załączanych wzorców, np. nie „Regulamin promocji” a – „Regulamin Promocji *Prezenty*”.

#### ➤ Predefiniowanie lub wymaganie zgody konsumenta na otrzymywanie informacji handlowych/rozpoczęcie świadczenia usług

Na gruncie umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zastosowanie może znaleźć szereg przepisów prawa, które dla podjęcia przez dostawcę usług telekomunikacyjnych określonych czynności wymagają uprzedniej, wyraźnej zgody konsumenta. Przykładowo, dostawca usług może wysłać konsumentom informację handlową środkami komunikacji elektronicznej (np. reklamową wiadomość SMS) tylko i wyłącznie jeżeli konsument, będący użytkownikiem danego numeru, uprzednio, w sposób wyraźny da na to swoją zgodę [art. 10 ust. 1 i 2 w zw. z art. 4 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144 poz. 1204, ze zm.)]. Taka sama zasada obowiązuje, jeżeli dostawca usług chce się posłużyć automatycznym systemem wywołującym dla celów marketingu bezpośredniego (art. 172 ust. 1 w zw. z art. 174 pkt 1 Pt). Ogólną zasadą jest, iż w każdym przypadku, w którym ustawa wymaga zgody konsumenta, zgoda taka jest skuteczna tylko i wyłącznie, jeżeli przyjmuje formę wyraźnego oświadczenia woli, którego nie można domniemywać lub dorozumieć z oświadczeń woli o innej treści, za wyjątkiem sytuacji, w których przepis prawa wyraźnie stanowi, iż brak reakcji lub sprzeciwu konsumenta może być traktowany jako zgoda (tzw. model *opt out*).

Pomimo zakazu, część dostawców usług telekomunikacyjnych podejmuje próby domniemania lub dorozumienia zgody konsumenta poprzez użycie tzw. domyślnych ustawień albo zapisywanie w regulaminach usługi klauzul, które z faktu skorzystania z określonej usługi wywodzą dorozumianą (domniemaną) zgodę konsumenta np. na otrzymywanie informacji handlowych.

Przykład:

Zgoda konsumenta na otrzymywanie informacji handlowych / rozpoczęcie świadczenia usług itp. jest uprzednio przez przedsiębiorcę zaznaczona (domyślne ustawienie odpowiedniego pola jako „wyrażam zgodę”), co zmusza konsumenta, nie chcącego wyrazić takiej zgody, do jej odznaczenia. W skrajnych przypadkach nie jest możliwe odznaczenie pola „wyrażam zgodę”.

Przykład:

Przedsiębiorca stosuje we wzorcach umowy postanowienia z góry przesądzające o wyrażeniu przez konsumenta określonej zgody, w sytuacji gdy przepisy prawa dają konsumentom swobodę w zakresie jej wyrażenia.

*Klient, w przypadku zawierania umowy na odległość, wyraża zgodę na rozpoczęcie świadczenia usług przed upływem 7 (siedmiu) dni od dnia zawarcia umowy.*

lub

Abonent, w przypadku zawierania Aneksu na odległość, wyraża zgodę na rozpoczęcie świadczenia usług na zasadach określonych w Aneksie przed upływem 7 (siedmiu) dni od dnia zawarcia Aneksu.

Jak widać powyżej, konsument podpisując umowę nie ma możliwości nie wyrażenia przedmiotowej zgody.

Przykład:

Postanowienie regulaminu określające zasady korzystania z usług telekomunikacyjnych obejmujących dodatkowe świadczenie („usługi o podwyższonej opłacie”) za pomocą wiadomości Premium Rate SMS, przewidujące mechanizm dorozumianej (domniemanej) zgody abonenta.

*Dokonując zakupu Produktu lub pobrania darmowego Produktu Użytkownik wyraża zgodę na otrzymywanie informacji związanych z Produktami oferowanymi przez Eurokoncept, darmowych Produktów Eurokoncept jak również informacji na temat promocji, konkursów oraz innych działań komercyjnych prowadzonych przez Eurokoncept oraz jego Klientów. Powyższa zgoda dotyczy w szczególności informacji otrzymywanych w formie SMS, MMS, IVR (komunikatów głosowych), oraz darmowych Produktów przesyłanych za pośrednictwem WAP Push na numer telefonu Użytkownika. W przypadku braku zgody na otrzymywanie powyższych treści Użytkownik prześle z formularza dostępnego pod adresem <http://www.dotpay.pl/reklamacja> informację wpisując w treści słowa "brak zgody" oraz numer telefonu, którego dotyczy wycofanie zgody. Brak zgody można również przesłać pisemnie na adres Eurokoncept.*

Wnioski:

- Przedstawione powyżej konstrukcje wzorców umów lub mechanizmy dostępne online powodują, iż przedsiębiorca wywodzi zgodę konsumenta poprzez jej dorozumienie lub domniemanie z oświadczenia woli o innej treści, co może skutkować uznaniem takiej „zgody” za faktycznie niewyrażoną. Zatem, działania przedsiębiorcy, podjęte w oparciu o taką „zgoda”, mogą być uznane za naruszenie przepisów prawa warunkujących możliwość podjęcia tych działań od wcześniejszego wyrażenia zgody przez konsumenta.
- Tam gdzie przepisy prawa dają konsumentowi możliwość wyrażenia określonej zgody, konsument powinien mieć swobodę przy składaniu oświadczeń dotyczących zgody na poszczególne świadczenia / działania ze strony przedsiębiorcy. Powinien mieć zapewnioną samodzielność w zaznaczeniu pola zgody, zatem dopuszczalnym mechanizmem jest albo pozostawienie obu pól (wyrażam / nie wyrażam zgody) domyślnie niezaznaczonych albo domyślne zaznaczenie opcji „nie wyrażam zgody”.

- Zgoda nie może być, co do zasady, integralnym elementem wzorca umownego, którego zmiana nie jest możliwa.
- Konsument nie może być poddawany sugestii, że nie ma wpływu na kwestie, co do których swobodę wyboru zapewnia mu prawo.

W toku konsultacji niniejszego dokumentu jedna z Izb wskazała, iż wniosek, zgodnie z którym predefiniowanie określonej zgody konsumenta jest zawsze zjawiskiem negatywnym i wymaga napiętnowania budzi zastrzeżenia. W ocenie Izby, nie można wykluczyć w tym wypadku skrajnych i patologicznych sytuacji. Jednak nie powinny być one podstawą do formułowania tak daleko idących uogólnień. Cały czas należy bowiem mieć na uwadze złożoność motywów umieszczania w umowach zapisów zawierających domyślną zgodę klientów. Jak wyjaśniła Izba, niejednokrotnie tego typu postanowienia wychodzą naprzeciw ich wyraźnym oczekiwaniom. W ocenie Izby, większość abonentów, poza dosyć oczywistymi przypadkami, zależy na jak najszybszej aktywacji usługi, przy dopełnieniu minimum formalności, a żadna regulacja nie zmusi abonentów do uważnej analizy postanowień wzorców umów.

Prezes UOKiK nie podziela stanowiska Izby, z którego wynika, iż predefiniowanie określonych zgód konsumentów nie ma charakteru negatywnego. W ocenie Prezesa UOKiK, jeżeli konsumentowi zależy na wyrażeniu konkretnej zgody (np. na rozpoczęcie świadczenia usługi przed upływem terminu na odstąpienie, w celu jak najszybszego uzyskania dostępu do usług lub na otrzymywanie informacji handlowych) to konsument ten podejmie niezbędne działania (zapyta sprzedawcę, przeanalizuje umowę w celu odnalezienia odpowiedniego pola zgody), aby taką zgodę wyrazić. Jeżeli jednocześnie przedsiębiorcy zależy na pozyskaniu konkretnej zgody konsumenta, nie ma żadnych przeszkód, aby sprzedawca działający w imieniu przedsiębiorcy poinformował konsumenta o możliwości i sposobie wyrażenia określonej zgody, wraz z informacją o konsekwencjach zarówno wyrażenia, jak i braku wyrażenia zgody. W tych wszystkich przypadkach, gdzie przepisy prawa umożliwiają konsumentowi wyrażenie określonej zgody, której jednocześnie nie można domniemywać z oświadczeń woli o innej treści, brak jest jakiegokolwiek uzasadnienia dla predefiniowania określonego pola w pozycji „wyrażam zgodę”. Co więcej, takie działanie może być uznane wprost za naruszenie przepisów prawa wyraźnie zakazujących domniemywania zgody. Prezes UOKiK dostrzega złożoność motywów umieszczania w umowach zapisów zawierających domyślną zgodę klientów, niestety żaden z tych motywów - co do zasady - nie jest podyktowany ochroną interesów konsumentów.

### ➤ **Umieszczanie w jednym dokumencie postanowień wszystkich ofert i pakietów taryfowych.**

Zdarza się, że dostawca usług telekomunikacyjnych decyduje się zamieścić w jednym cenniku liczne pakiety taryfowe, co powoduje, iż taki bardzo obszerny dokument znacznie utrudnia abonentom zdobycie informacji na temat wysokości opłat i taryf właściwych dla zawartej przez siebie umowy.

#### Przykład:

„Cennik usług telekomunikacyjnych tp” miał objętości 368 stron i zawierał wszystkie usługi oferowane przez Telekomunikację Polską.

Spis treści	
<b>CZĘŚĆ I. USŁUGI DOSTĘPOWE TP</b>	<b>3</b>
Dział 1. DOSTĘP ANALOGOWY TP	3
Dział 2. DOSTĘP ISDN TP (USŁUGI DLA DOMU) TP	3
Dział 3. USŁUGI KOMUNIKACYJNE	4
<b>CZĘŚĆ II. PLANY TELEFONICZNE TP</b>	<b>8</b>
Dział 1. PLANY TP DLA DOSTĘPU ANALOGOWEGO	8
Rozdział 1. Plan domowy TP 50	9
Rozdział 2. Plan domowy TP 300	21
Rozdział 3. Plan domowy TP 1200	34
Rozdział 4. Plan startowy TP biznes (wcześniej plan sekundowy TP biznes)	47
Rozdział 5. Plan sekundowy jedna stawka TP biznes	56
Rozdział 6. Plan sekundowy uniwersalny TP biznes	65
Rozdział 7. Plan sekundowy jedna stawka TP biznes profit	74
Rozdział 8. Plan sekundowy uniwersalny TP biznes profit	83
Rozdział 9. Plan TP startowy	92
Rozdział 10. Plan TP przyjazny	105
Rozdział 11. Plan Tylko Rozmowy Biznes	119
Rozdział 12. Plan Korzystny Biznes Profit	128
Rozdział 13. Plan Efektywny Biznes Profit	137
Rozdział 14. Plan Korzystny Biznes Profit	146
Rozdział 15. Plan Biznes 100	155
Rozdział 16. Plan Biznes 300	165
Rozdział 17. Plan Biznes 500	174
Dział 2. PLANY TP DLA DOSTĘPU ISDN TP (USŁUGI DLA DOMU)	183
Rozdział 1. Plan ISDN TP podstawowy	183
Rozdział 2. Plan ISDN TP premium	190
Rozdział 3. Plan ISDN TP weekendowy	207
Dział 3. PLANY TP POZA OFERTA TP	219
Rozdział 1. Plan sekundowy TP dom (zakńczono przyjmowanie zamówień)	219
Rozdział 2. Plan sekundowy TP oferta podstawowa (zakńczono przyjmowanie zamówień)	231

#### Wnioski:

- Wzorce umowne doręczane konsumentowi przed zawarciem umowy powinny być tak skonstruowane, aby obejmowały usługi i taryfy, z których konsument będzie korzystał lub będzie mógł skorzystać w ramach zawieranej umowy, z uwzględnieniem możliwości dokonywania zmian warunków zawartej na piśmie umowy abonamentowej z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość (art. 56 ust. 6 i nast. Pt)

W toku prac poprzedzających wydanie niniejszego dokumentu Izby wskazały, iż przyjęcie takiego założenia doprowadzi do efektów odwrotnych niż zamierzone. W ocenie Izby, klienci otrzymywaliby wówczas osobne regulaminy do każdej kolejnej aktywowanej usługi i taryfy, w dodatku o częściowo pokrywającym się zakresie. Wielość wskazanych cenników i regulaminów mogłaby wydatnie zmniejszyć zainteresowanie ich treścią bądź wywołać u abonentów mylne przeświadczenie o ich identyczności. Izba zaproponowała ograniczenie stanowiska Prezesa UOKiK w przedmiotowym zakresie wyłącznie do założenia, iż do treści samej umowy załączane będą wyłącznie te dokumenty, które mają do danego abonenta zastosowanie, przynajmniej w części, przy czym treść umowy lub regulaminu winna jednoznacznie rozstrzygać, które elementy wzorców znajdą zastosowanie w przypadku danego abonenta.

W celu rozwiania wszelkich wątpliwości w powyższym zakresie należy wyjaśnić, iż cel przedstawionego powyżej wniosku należy odczytywać poprzez pryzmat podanego w dokumencie przykładu posługiwania się przez przedsiębiorcę jednym cennikiem obejmującym wszystkie plany taryfowe i liczącym 368 stron. Ponadto, omawiany wniosek wskazuje, iż doręczany konsumentowi wzorec powinien obejmować zarówno usługi i taryfy z których korzysta jak i usługi oraz taryfy, z których konsument będzie mógł skorzystać w ramach umowy (również z uwzględnieniem możliwości zmian warunków umowy). Zatem co do zasady Prezes UOKiK podziela stanowisko Izby, iż do treści samej umowy powinny być załączane wyłącznie te dokumenty, które mają do danego abonenta zastosowanie, przynajmniej w części, a treść samej umowy lub regulaminu powinna jednoznacznie rozstrzygać, które elementy wzorców znajdą zastosowanie w przypadku danego abonenta.

#### ➤ **Przenoszenie elementów i informacji przedmiotowo istotnych dla konsumenta z umowy do regulaminu lub cennika usług.**

Prawo telekomunikacyjne wskazuje, iż wśród obowiązkowych postanowień warunków umowy, których nie można przenieść do regulaminu, znajdują się postanowienia określające tryb i warunki dokonywania zmian umowy oraz warunki jej przedłużenia. Biorąc pod uwagę dość powszechnie

wykorzystywany na rynku usług telekomunikacyjnych mechanizm „automatycznego” przekształcania się umowy – umowa, po upływie czasu, na jaki została zawarta, przekształca się w umowę zawartą na czas nieoznaczony, chyba że w określonym czasie abonent złoży przeciwne oświadczenie woli – za szczególnie ważne należy uznać zamieszczanie bezpośrednio w umowie (a nie regulaminie) postanowień określających nie tylko tryb i warunki dokonywania zmian umowy ale również warunki jej przedłużenia.

Przykład:

Regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych:

*§ 16. Czas obowiązywania umowy oraz zawieszenie usług*

*1. Umowa może być zawarta na czas nieokreślony albo na czas określony. Umowa zawarta na czas określony przekształca się po upływie czasu, na jaki została zawarta, w Umowę zawartą na czas nieokreślony, chyba że Abonent na 30 dni przed upływem okresu, na który Umowa została zawarta, zawiadomi Operatora na piśmie, że nie zamierza korzystać z usług Operatora.*

W powyższym przykładzie informacja o zasadach przekształcania umowy w umowę zawartą na czas nieoznaczony i ewentualnego rozwiązania umowy znajduje się nie w umowie, która powinna określać warunki jej przedłużenia, a dopiero w § 16 Regulaminu świadczenia usług. Należy przypomnieć, iż zgodnie z art. 56 ust. 3 pkt 8 Prawa telekomunikacyjnego elementem umowy, który nie może zostać przeniesiony do regulaminu, jest m.in. określenie trybu i warunków dokonywania zmian umowy oraz warunków jej przedłużania.

**Wnioski:**

- Informacja o zasadach przedłużania umowy powinna znaleźć się bezpośrednio w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych, z jednoczesnym wskazaniem formy i sposobu złożenia przez konsumenta oświadczenia woli o nieprzekształcaniu umowy w umowę zawartą na czas nieoznaczony.

Wśród informacji przedmiotowo ważnych dla konsumenta znajdują się wszelkie informacje, które mogą mieć poważny wpływ na możliwość korzystania z usług telekomunikacyjnych lub na zobowiązania pieniężne abonenta np. informacja o istnieniu limitu kredytowego. Przepisy prawa telekomunikacyjnego nie wymagają zamieszczenia tych informacji bezpośrednio w umowie, w związku z powyższym przedstawiona poniżej propozycja ma charakter rekomendowanej dobrej praktyki.

Przykład:

Informacja na przedostatniej stronie cennika świadczenia usług:

**Kaucja**

Zgodnie z regulaminem świadczenia usług telekomunikacyjnych, Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o. zastrzega sobie prawo uzależnienia zawarcia Umowy lub jej wykonywania od złożenia przez Abonenta kaucji. Kaucja nie ma charakteru zaliczki ani przedpłaty z tytułu jakichkolwiek należności wobec Polskiej Telefonii Cyfrowej Sp. z o.o. i jest zdeponowana na wyodrębnionym, nieoprocentowanym rachunku. Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o. ma prawo żądać kwoty kaucji do wysokości 4000 zł z zastrzeżeniem, że w przypadku, gdy opłaty należne Polskiej Telefonii Cyfrowej Sp. z o.o. są wyższe niż kwota 4000 zł, kaucja może stanowić kwotę nie wyższą niż dwukrotność kwoty należnych opłat. Kaucja nie podlega podatkowi VAT.

**Limit kredytowy**

Górna granica zobowiązań Abonenta w danym Cyklu rozliczeniowym, w czterech pierwszych Cyklach rozliczeniowych wynosi 200 zł brutto. W pozostałych Cyklach rozliczeniowych wysokość limitu kredytowego wynosi 500 zł brutto. Polska Telefonia Cyfrowa Sp. z o.o. zastrzega sobie prawo wprowadzenia w Warunkach oferty promocyjnej limitu kredytowego innego niż w niniejszym cenniku.

**Wnioski:**

- W przypadku postanowień dotyczących istnienia limitów kredytowych lub innych postanowień przewidujących poważne ograniczenia w możliwości korzystania z usług lub

mogących pociągać za sobą poważne zobowiązania finansowe po stronie abonenta pożądaną dobrą praktyką jest zamieszczanie tych postanowień bezpośrednio w umowie.

➤ **Stosowanie pojęć technicznych lub obcojęzycznych dla opisu usługi telekomunikacyjnej, bez jednoczesnego zdefiniowania tych pojęć w umowie, regulaminie lub cenniku**

Nie ulega wątpliwości, iż wzorce umów powinny być sporządzane w języku zrozumiałym dla adresata, w tym przypadku przeciętnego użytkownika standardowych usług telekomunikacyjnych. Faktem jest, iż specyfika usług telekomunikacyjnych niejednokrotnie skłania do posłużenia się pojęciem technicznym, często zaczerpniętym z języka obcego, które może nie mieć powszechnie znanego odpowiednika w języku polskim. Niemniej jednak, dostawca usług, jako podmiot profesjonalny, kierujący się obowiązkiem udzielania konsumentom pełnej, rzetelnej i prawdziwej informacji, powinien podjąć starania, aby stosowane przez niego wzorce były sformułowane w języku powszechnie zrozumiałym dla przeciętnego konsumenta.

Przykład:

Niektóre wzorce posługują się pojęciami obcojęzycznymi (najczęściej zaczerpniętymi z języka angielskiego), czasami ograniczając się jedynie do podania skrótu angielskiej nazwy usługi lub technologii. Przykładowo, cennik świadczenia usługi wskazuje cenę za jednostkę transferu danych w technologii GPRS (*General Packet Radio Service*), nie wyjaśniając jednocześnie istoty świadczenia usługi pakietowej transmisji danych.

Wnioski:

- W przypadku konieczności zastosowania w umowie pojęć obcojęzycznych lub ściśle technicznych (w przypadku braku adekwatnego odpowiednika w języku polskim albo języku powszechnym w przypadku pojęć technicznych) zalecane jest zdefiniowanie lub wyjaśnienie tego pojęcia w języku polskim, w formie przystępnej dla przeciętnego konsumenta. Jest to szczególnie istotne w przypadku wprowadzania na rynek nowych usług.
- Definicje i wyjaśnienia pojęć technicznych lub obcojęzycznych (w szczególności w odniesieniu do nowo wprowadzanych usług) mogą się znaleźć w słowniczku otwierającym np. regulamin świadczenia usługi. Jeżeli przyswojenie danego pojęcia warunkuje zrozumienie natury i istoty usługi będącej głównym przedmiotem świadczenia, wyjaśnienie tego pojęcia powinna znaleźć się bezpośrednio we wzorze umowy (a nie regulaminie lub cenniku).

➤ **Stosowanie niezrozumiałych, niejasnych lub zawiłych postanowień wzorców umów**

Niejednokrotnie trudności z przyswojeniem i zrozumieniem treści wzorców umów są efektem występowania w nich postanowień skomplikowanych, zawiłych i bardzo rozbudowanych. Jednym z powodów może być zapewne coraz większy poziom skomplikowania, często łączonych w pakiety, usług i promocji, co samo w sobie nie jest zjawiskiem negatywnym, ale w sytuacji nieprawidłowego opisu w umowie, może rodzić poważne trudności interpretacyjne. Zawiłe, skomplikowane, obszernie, zawierające liczne odesłania i wyłączenia postanowienia wzorców umów mogą stanowić nie lada wyzwanie dla przeciętnego konsumenta usług telekomunikacyjnych, który w założeniu nie jest przeciętnym prawnikiem.

Wnioski:

- Postanowienia wzorców umów powinny być tak formułowane, aby zrozumiał je przeciętny konsument. Przedsiębiorca telekomunikacyjny może zawsze spróbować przeprowadzić, przed wprowadzeniem wzorca do obrotu, test zrozumienia danego wzorca przez wybraną grupę reprezentatywną dla pojęcia przeciętnego konsumenta;

### ➤ **Stosowanie w umowie postanowień sprzecznych z prawem albo postanowień wewnątrznie niespójnych, wzajemnie się wykluczających**

Nie często, aczkolwiek wciąż zdarzają się przypadki stosowania we wzorcu umowy postanowień sprzecznych z przepisami prawa.

Przykład:

*W przypadku zawarcia Umowy poza lokalem przedsiębiorstwa uprawnienie do odstąpienia od Umowy wygasa z chwilą skorzystania przez Konsumenta z usług Operatora.*

Przykład:

*W przypadku odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia (doreczenia potwierdzenia zawarcia/zmiany umowy) Spółka nie zgłasza roszczeń wobec konsumentów/abonentów za wyjątkiem roszczeń związanych z instalacją urządzenia abonenckiego - dekodera modemu itp. - Decyzja nr RWA-5/2008.*

Powyższe postanowienia wzorców umów są sprzeczne z bezwzględnie obowiązującymi przepisami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

Wniosek, w tym przypadku bardziej niż oczywisty:

- Bezwzględny zakaz stosowania postanowień sprzecznych z obowiązującymi przepisami prawa.

Przykład:

19) W przypadku rozwiązania Umowy o świadczenie Usług Telekomunikacyjnych przed upływem okresu jej obowiązywania z przyczyn leżących po stronie Abonenta rozwiązaniu ulega również umowa sprzedaży Telefonu. W takim przypadku Operator może obciążyć Abonenta:

- i. Opłatą specjalną określoną w Tabeli nr 5 Cennika Oferty One Play, w Tabeli nr 4 Cennika usług podstawowych w Ofercie Nowy Play dla Firm, w Tabeli nr 3 Cennika Oferty Play Online lub w punkcie 3 c) Cennika Oferty Play Online 2GB.
- ii. Kosztem ulgi jaką udzielono na Telefon, której wysokość zależy od liczby miesięcy pozostałych do końca obowiązywania Umowy o świadczenie Usług Telekomunikacyjnych.

Powyższe postanowienie przewiduje, iż w przypadku przedterminowego rozwiązania umowy dostawca usług będzie mógł żądać zarówno „opłaty specjalnej” jak i zwrotu „ulgi”, podczas gdy z innych postanowień regulaminów stosowanych przez przedsiębiorcę wynikało, iż opłata specjalna jest w istocie obowiązkiem zwrotu ulgi. Przedsiębiorca wyjaśnił, iż redakcja postanowienia jest wynikiem błędu, który został skorygowany.

Wniosek:

- Zaleca się przedsiębiorcom telekomunikacyjnym większą dbałość o jakość stosowanych przez siebie wzorców umów, tak aby postanowienia umowy były zgodne nie tylko z przepisami prawa, ale i wewnętrznie spójne.

### ➤ Wybiórcze przytaczanie w umowie treści przepisów prawa

Prezes UOKiK dostrzega, iż niejednokrotnie dostawcy usług telekomunikacyjnych przenoszą do wykorzystywanych przez siebie wzorców umów postanowienia przepisów prawa. Nie da się ukryć, iż wiele przepisów prawa może się wydawać niezrozumiała dla przeciętnego konsumenta usług telekomunikacyjnych, który jak już wskazano powyżej nie jest prawnikiem. Prezes UOKiK dostrzega również, iż dostawcy usług telekomunikacyjnych decydują się czasami na taki zabieg, aby uniknąć ewentualnych zarzutów naruszenia przepisów prawa. Niemniej jednak, samo przenoszenie do umowy treści postanowień przepisów prawa – cytowanie ich w umowie - nie jest działaniem pożądanym i powinno być stosowane tylko wtedy, gdy język powszechny i język prawniczy nie pozwalają na precyzyjne opisanie praw i obowiązków stron umowy bez cytowania treści przepisu. Nie da się również nie zauważyć, iż czasami umowy są tak skonstruowane, że treść postanowień korzystnych dla dostawcy usług (prawa dostawcy usług i obowiązki abonenta) są sformułowane w sposób jasny i przejrzysty, podczas gdy postanowienia określające prawa konsumenta lub obowiązki dostawcy usług polegają na odesłaniu lub zacytowaniu przepisów ustawy, który dla przeciętnego konsumenta może być niezrozumiały, w szczególności jako przepis prawa wyjęty ze swojego ustawowego kontekstu. Tym gorzej, jeżeli dostawca usług decyduje się na zacytowanie w umowie przepisów ustawy w sposób wybiórczy, tj. poprzez zacytowanie treści dla dostawcy usług korzystnej z pominięciem informacji korzystnych dla abonenta.

Przykład:

**2. Polkomtel S.A. może umożliwić Abonentowi zmianę warunków Umowy dotyczących: rodzaju świadczonych usług; okresu, na jaki została zawarta Umowa; pakietów taryfowych, jeżeli na świadczone usługi obowiązują różne pakiety taryfowe; sposobu składania zamówień na pakiety taryfowe oraz dodatkowe opcje usługi; okresu rozliczeniowego oraz zakresu świadczonych publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych, ze wskazaniem elementów składających się na opłatę abonamentową - za pomocą środków porozumiewania się na odległość, w szczególności telefonicznie, za pomocą wiadomości SMS lub w drodze elektronicznej wymiany informacji. Lista zmian, które mogą być dokonywane za pomocą środków porozumiewania się na odległość dostępna jest na stronie <http://www.plus.pl/>.**

**3. Do zmiany warunków Umowy w trybie, o którym mowa w ust. 2 powyżej, nie stosuje się ust. 1 powyżej.**

Powyższe postanowienie stanowi niemalże wprost zacytowany przepis art. 56 ust. 6 Prawa telekomunikacyjnego, jednakże pominięto w nim część przepisu mówiącą o uprawnieniu abonenta do odstąpienia od dokonanej zmiany warunków umowy w terminie 10 dni od dnia otrzymania pisemnego potwierdzenia. Jakkolwiek informowanie o tym uprawnieniu nie jest obligatoryjne, pożądaną praktyką byłoby jednak transponowanie do wzorców umów – jeżeli jest to konieczne - treści danych przepisów

w sposób pełny, aby konsument, jako podmiot nie będący profesjonalistą, miał pełną wiedzę o przysługujących mu uprawnieniach.

Wniosek:

- Pożądaną dobrną praktyką jest formułowanie wzorców umów w taki sposób, aby posługiwały się one językiem możliwie prostym, zrozumiałym dla przeciętnego konsumenta, bez cytowania przepisów prawa. Wydaje się, iż większość praw i obowiązków (aczkolwiek zapewne nie wszystkie) stron umowy da się opisać językiem przystępnym dla przeciętnego konsumenta, bez cytowania przepisów prawa.
- Jeżeli zachodzi konieczność przytoczenia w umowie treści przepisów prawa, takie przytoczenie powinno być rzetelne i pełne. Nie jest zgodne z dobrym obyczajem przytaczanie przepisów prawa w sposób wybiórczy, pomijający treść niekorzystną dla przytaczającego.

### ➤ Brak konsekwencji w stosowanej terminologii

Przykład:

Informacje o ofercie:

oferta podstawowa	<input type="text"/>	czas trwania umowy (w miesiącach)	<input type="text"/>
oferta promocyjna	<input type="text"/>	kwota zobowiązania	<input type="text"/> zł
model	<input type="text"/>	opłata aktywacyjna (brutto)	<input type="text"/> zł
nr seryjny IMEI	<input type="text"/>	opłata specjalna <i>ulga</i>	<input type="text"/> zł
nr seryjny Karty SIM/USIM	<input type="text"/>	kwota kaucji	<input type="text"/> zł
nr telefonu (MSISDN)	<input type="text"/> <input type="checkbox"/> złoty	hasło	<input type="text"/>

Informacje o ofercie:

oferta podstawowa	<input type="text"/>	czas trwania umowy (w miesiącach)	<input type="text"/>
promocja	<input type="text"/>	opłata aktywacyjna (brutto)	<input type="text"/> zł
model	<input type="text"/>	kara umowna wynikająca z regulaminu promocji	<input type="text"/> zł
nr seryjny IMEI	<input type="text"/>	kwota depozytu	<input type="text"/> zł
nr seryjny karty SIM	<input type="text"/>	hasło	<input type="text"/>
nr telefonu	<input type="text"/> <input type="checkbox"/> złoty		

Informacje o ofercie:

nr seryjny karty SIM	<input type="text"/>	czas trwania umowy (w miesiącach)	<input type="text"/>
nr telefonu	<input type="text"/> <input type="checkbox"/> złoty	opłata aktywacyjna (brutto)	<input type="text"/> zł
okres rozliczeniowy	<input type="text"/>	wartość ulgi	<input type="text"/> zł
oferta podstawowa	<input type="text"/>	kwota kaucji	<input type="text"/> zł
promocja	<input type="text"/>	hasło	<input type="text"/>

Wzorce umowy stosowane przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego, dla określenia „wartości ulgi”, o której mowa w art. 57 ust. 6 Prawa telekomunikacyjnego, posługują się zamiennie trzema pojęciami: „opłata specjalna”, „kara umowna wynikająca z regulaminu promocji”, i wreszcie „wartość ulgi”. Jest to zjawisko wysoce szkodliwe zarówno dla konsumentów, jak i dostawców usług. Z jednej strony, przeciętnemu konsumentowi niezwykle trudno jest odnaleźć się w zawiłościach terminologicznych umowy. W takim przypadku posługiwanie się terminem „kara umowna”, który wszedł już do języka powszechnego, w miejsce roszczenia o zwrot równowartości ulgi udzielonej przy zawarciu umowy, pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania, może wprowadzać konsumentów w błąd co do natury ewentualnego roszczenia dostawcy usług. Również po stronie dostawców usług mogą pojawić się poważne problemy z wykładnią i zastosowaniem postanowień umownych.

#### Wnioski:

- Pożądaną dobrą praktyką jest, aby w przypadku, gdy dane pojęcie jest zdefiniowane albo co najmniej pojawia się w adekwatnym akcie prawnym, dostawca usług stosował w umowie termin wykorzystywany przez ustawodawcę, jeżeli to samo pojęcie w języku powszechnym ma odmienne znaczenie od znaczenia przypisanego mu przez ustawodawcę. Biorąc pod uwagę wnioski przedstawione powyżej należy przyjąć, iż dostawca usług powinien posługiwać się w umowie językiem możliwie prostym, zrozumiałym dla przeciętnego konsumenta, unikając w szczególności wybiórczego cytowania przepisów prawa, z zastrzeżeniem, iż w przypadku, gdy ustawodawca nadaje występującemu w języku powszechnym pojęciu odmienne znaczenie, dostawca usług powinien posługiwać się pojęciami prawnymi, aby uniknąć możliwości wprowadzenia konsumentów w błąd co do znaczenia poszczególnych terminów używanych w umowie.
- Zaleca się również konsekwencję w stosowaniu określonej terminologii na gruncie całej umowy (wraz z regulaminem i cennikiem) i staranne rozgraniczanie pojęć, mogących rodzić różne skutki prawne – wedle zasady: roszczenie o zwrot równowartości „ulgi” nie jest identyczne z obowiązkiem zapłaty „kary umownej”.

#### ➤ **Roszczenie o zwrot równowartości udzielonej ulgi**

Zgodnie z art. 57 ust. 5 Prawa telekomunikacyjnego warunki umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych nie mogą uniemożliwiać lub utrudniać abonentowi korzystania z prawa do zmiany dostawcy usług świadczącego usługi telekomunikacyjne. Zmiana dostawcy usług z założenia nie jest zmianą pożądaną przez dotychczasowego dostawcę usług, w związku z czym ustawodawca, w celu ochrony interesów abonentów, doprecyzował powyższy zakaz, wskazując w art. 57 ust. 6 Prawa telekomunikacyjnego, iż w przypadku zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych związanego z ulgą przyznaną abonentowi, wysokość roszczenia z tytułu jednostronnego rozwiązania umowy przez abonenta lub przez dostawcę usług z winy abonenta przed upływem terminu, na jaki umowa została zawarta nie może przekroczyć wartości ulgi przyznanej abonentowi pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania. Skuteczność powyższych przepisów doznaje poważnego ograniczenia w przypadku braku określenia w umowie lub regulaminie promocji elementów, które dostawca usług zaliczył do wartości ulgi udzielonej abonentowi.

#### Przykład:

Umowa wskazuje co prawda wysokość ulgi udzielanej przy zawarciu umowy, ale w zakresie ustalenia elementów składających się na ulgę odsyła do innych dokumentów, albo co gorsze, w żaden sposób nie wskazuje jakie elementy składają się na udzieloną ulgę. Uniemożliwia to abonentom zweryfikowanie zasadności ewentualnego roszczenia dostawcy usług.

#### Wniosek:

- Pożądaną praktyką jest wskazywanie bezpośrednio w umowie (a nie regulaminie lub cenniku) wyrażonej kwotowo wartości ulgi udzielonej przy zawarciu umowy wraz z wyjaśnieniem, iż ewentualne roszczenie dostawcy usług, w przypadku przedterminowego rozwiązania umowy przez abonenta, nie będzie mogło przekroczyć wartości ulgi pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania
- Umowa lub regulamin promocji (jako dokument określający upusty związane z promocją)

powinny wskazywać, jakie elementy składają się na ulgę udzielaną abonentowi, przykładowo, iż do wartości ulgi jest wliczana ulga z tytułu promocyjnej ceny telefonu, ulga w opłacie aktywacyjnej itd.

➤ **Brak w umowie, a często również w regulaminie lub cenniku, informacji lub ostrzeżeń mogących mieć istotny wpływ na korzystanie przez konsumenta z usług telekomunikacyjnych**

Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych, poza podstawową funkcją, jaką jest funkcja kreująca treść stosunku zobowiązaniowego, może i powinna spełniać również funkcję informacyjną w zakresie, w jakim informacje dotyczą kwestii o podstawowym znaczeniu dla prawidłowego wykonywania umowy.

Przykład:

Usługi telekomunikacyjne			
Nazwa telefonu	Nokia 2630		
nr numeru	Cena zakupu telefonu	1	Nr telefonu
Kod abonenski dla kontraktu	'6 ostatnich cyfr kodu PUK'	Pakiet taryfowy	e-Orange abonament Kwota zobowiązania 35.0
Usługi podstawowe	Pakiet SMS (1)	Pakiet SMS (2)	
Umowa zawarta na	24 miesiocy(e)	Miesięczny limit należności	52
Opcja Dodatkowa	Równowartość ulgi przyznanej abonentowi w związku z zawarciem umowy 448.0 (Twój e-Plan)(Opłata aktywacyjna 50)(Pakiet 100 minut do wszystkich przez 2m)		
Usługi dodane			
Miesięczny limit należności na konto			
Uwagi			

\* - pole opcjonalne

Jak wynika z powyższego przykładu, umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych „wspomina” o telefonie kupowanym wraz z usługą, niemniej jednak nie precyzuje, kto jest sprzedawcą telefonu, co w wielu przypadkach może wprowadzać konsumentów w błąd. Wielu dużych przedsiębiorców telekomunikacyjnych oprócz własnych salonów sprzedaży prowadzi również sprzedaż usług z wykorzystaniem agentów lub partnerów, którym udzielane jest pełnomocnictwo do zawierania w imieniu dostawcy usług umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, ale nie do sprzedawania w imieniu dostawcy usług urządzeń telekomunikacyjnych (np. telefonów), których sprzedawcą w takim przypadku jest agent lub partner, o czym przeciętny konsument nie wie. Jedyne analiza paragonu lub faktury pozwala ustalić, iż sprzedawcą telefonu nie jest dostawca usług telekomunikacyjnych, a inny podmiot prowadzący salon pod firmą dostawcy usług. Niestety, konsumenci nie będąc świadomymi tego faktu, niejednokrotnie dowiadują się od kogo kupili urządzenie telekomunikacyjne (np. telefon) dopiero w przypadku awarii sprzętu zgłaszanej błędnie do dostawcy usług, który jak się okazuje z odpowiedzi sprzedawcą urządzenia nie jest. Jest to zjawisko wysoce szkodliwe, znacznie utrudniające konsumentom realizację uprawnień wynikających np. z niezgodności towaru z umową, w którym to przypadku roszczenia należy kierować do sprzedawcy urządzenia, którym często nie jest dostawca usług.

#### Wnioski:

- Jeżeli wraz z umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawierana jest umowa sprzedaży urządzenia telekomunikacyjnego, pisemny wzór umowy powinien określać nie tylko strony umowy o świadczenie usług, ale także wyraźnie wskazywać, oprócz danych danego urządzenia, jaki podmiot jest sprzedawcą urządzenia.

#### ➤ Składanie przez abonenta oświadczeń woli w trakcie wykonywania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych

Wykonywanie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych nie ogranicza się tylko do korzystania z tych usług przez abonenta. Niejednokrotnie w toku trwania umowy, abonenci dokonują zmian warunków umowy lub podejmują inne działania wymagające złożenia dostawcy usług oświadczenia woli. Ponadto, jednym z najważniejszych oświadczeń abonenta składanych na podstawie umowy, jest oświadczenie o wypowiedzeniu umowy lub oświadczenie o braku woli przekształcenia umowy w umowę zawartą na czas nieoznaczony po upływie okresu na jaki umowa została zawarta. Również na tym polu pojawiają się nieprawidłowości. Zgodnie z art. 77 § 1 K.c. uzupełnienie lub zmiana umowy wymaga zachowania takiej formy, jaką ustawa lub strony przewidziały w celu jej zawarcia. Zgodnie natomiast z art. 77 § 2 K.c. jeżeli umowa została zawarta w formie pisemnej, jej rozwiązanie za zgodą obu stron, jak również odstąpienie od niej albo jej wypowiedzenie powinno być stwierdzone pismem. Ogólną zasadą jest zatem, iż w braku odmiennych, wyraźnych postanowień umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, oświadczenia stron – abonenta i dostawcy usług telekomunikacyjnych – skutkujące rozwiązaniem umowy powinny przybierać postać pisemną, przy czym forma pisemna jest tu zastrzeżona dla celów dowodowych. Niemniej jednak, powyższa zasada nie jest powszechnie znana wśród konsumentów, za co za tym idzie celowym jest wskazywanie w umowie (regulaminie) w jakiej formie i w jakim miejscu należy złożyć stosowne oświadczenie woli, nawet jeżeli z punktu widzenia przepisów prawa nie jest to konieczne.

#### Przykład:

W przypadku zmiany Cennika Cyfrowy Polsat jest obowiązany do pisemnego poinformowania Abonentów z wyprzedzeniem co najmniej jednego Okresu Rozliczeniowego przed wprowadzeniem nowych cen w życie. W przypadku braku akceptacji zmian Cennika Abonentowi przysługuje prawo wypowiedzenia Umowy. Cyfrowy Polsat powiadamia Abonentów na piśmie o każdej zmianie w Regulaminie z wyprzedzeniem co najmniej jednego Okresu Rozliczeniowego przed wprowadzeniem tych zmian w życie. Abonent w przypadku braku akceptacji zmian ma prawo wypowiedzenia Umowy Abonenckiej.

Powyższe postanowienia regulaminu nie wyjaśniają, że wypowiedzenie umowy musi mieć formę pisemną – przez przedsiębiorcę wymaganą. Może to powodować konfuzję po stronie konsumentów, tym bardziej, że w końcowej części regulaminu znajduje się adres przedsiębiorcy do celów korespondencyjnych, jednak – jak wskazano w regulaminie – tylko w sprawach związanych z przetwarzaniem danych osobowych:

Wszelką korespondencję w sprawach związanych z przetwarzaniem danych osobowych Klient powinien kierować na adres: Cyfrowy Polsat Centrum Obsługi Klienta, ul. Lubinowa 4a, 03-878 Warszawa, z dopiskiem „Dane Osobowe”.

#### Przykład:

Postanowienie regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych o treści:

*Obsługa Klienta [OK] – jednostki w strukturze organizacyjnej Operatora, których zadaniem jest udzielanie Abonentowi pomocy oraz informacji niezbędnych do realizacji Umowy.*

Jednocześnie, ten sam regulamin przewiduje, iż oświadczenie o wypowiedzeniu umowy albo o braku woli przekształcenia umowy, po upływie okresu na jaki została zawarta, w umowę zawartą na czas nieoznaczony, są skuteczne tylko wtedy, gdy zostaną złożone na piśmie na adres biura obsługi klienta

(OK). Adres nie został jednak wskazany w umowie, która odsyła w tym zakresie do strony internetowej operatora:

*Za dzień złożenia wypowiedzenia Umowy przez Abonenta przyjmuje się dzień doręczenia na adres korespondencyjny OK podany na stronie WWW Operatora dokumentu zawierającego wypowiedzenie Umowy. Umowa ulega rozwiązaniu z upływem okresu wypowiedzenia.*

Konsument może czuć się zdezorientowany tym bardziej, że adresy biura obsługi (OK) i siedziby przedsiębiorcy są różne.

#### Wnioski:

- Umowa (w tym przypadku regulamin) powinna wyraźnie określać w jakiej formie należy złożyć oświadczenia woli np. wypowiedzenia umowy albo złożenia oświadczenia o nieprzekształcaniu umowy, po upływie terminu na jaki została zawarta, w umowę zawartą na czas nieoznaczony. W tych przypadkach, w których przepisy prawa określają wymagane albo dopuszczalne formy świadczeń woli (np. złożenie reklamacji usługi telekomunikacyjnej) informacja w umowie powinna odpowiadać przepisom prawa. W tych przypadkach, gdzie przepisy prawa kwestii wymaganej formy oświadczenia woli nie regulują, a zatem ustawodawca dał w tym zakresie swobodę kontraktową stronom umowy, umowa (regulamin) powinna precyzować jakie formy są akceptowane przez przedsiębiorcę (forma pisemna, elektroniczna, telefoniczna, ustna w punkcie obsługi itd.) – oczywiście dopuszczalne formy powinny być tak wybrane, aby nie utrudniać abonentom realizacji ich praw wynikających z przepisów prawa lub roszczeń wynikających z umowy. W ocenie UOKiK, co do zasady czym szerszy wachlarz dopuszczalnych form, tym lepiej.
- Kwestia podawania w umowie (regulaminie) danych teleadresowych – umowa (w tym przypadku regulamin) powinna określać gdzie należy złożyć wymagane przez umowę oświadczenie woli, tj. lektura wiążących konsumenta wzorców umów powinna pozwolić na ustalenie w jakim miejscu należy dane oświadczenie woli złożyć. Pożądaną dobrą praktyką jest umożliwienie konsumentowi złożenia oświadczenia woli w dowolnej placówce handlowej przedsiębiorcy, przy czym w takim przypadku wystarczające jest wskazanie w umowie, iż istnieje taka możliwość, bez konieczności podawania danych teleadresowych wszystkich placówek. Należy wyjść z założenia, iż przeciętny konsument jest w stanie ustalić lokalizację najdogodniejszej dla niego placówki przedsiębiorcy. W takim przypadku pożądane jest zmieszczenie informacji o lokalizacji placówek dostawcy usług przyjmujących takie oświadczenia na stronie internetowej.
- Jeżeli oświadczenie można złożyć telefonicznie lub za pośrednictwem e-mail umowa (w tym przypadku może to być regulamin) powinna wskazywać nazwę organizacyjną jednostki przyjmującej takie oświadczenia (np. oświadczenia w tym przedmiocie można składać telefonicznie lub mailowo w Biurze Obsługi Klienta). W ocenie Prezesa UOKiK co do zasady czym szerszy wachlarz możliwości, tym lepiej. Stosowne informacje mogą zostać powtórzone i uzupełnione na stronie internetowej dostawcy usług.
- W przypadku przedsiębiorców o rozbudowanej strukturze (liczne punkty sprzedaży i obsługi klienta) nie wydaje się również zgodne z dobrymi obyczajami, wymaganie złożenia oświadczenia woli jedynie w formie pisemnej (na papierze) oraz jedynie w siedzibie przedsiębiorcy, biorąc pod uwagę, iż takie oświadczenia mogłyby przyjmować w innej niż pisemna formie również punkty obsługi klienta, które są przecież umocowane do zawierania umów (a więc przyjmowania i składania oświadczeń woli), chyba że przepis prawa wymaga dla konkretnego oświadczenia woli formy pisemnej doręczonej na adres siedziby dostawcy

Wszystkie Izby zgodnie stwierdziły, iż nie jest celowe podawanie w umowie (regulaminie lub cenniku) konkretnych danych teleadresowych, gdyż ich ewentualna zmiana będzie traktowana jako zmiana warunków umowy ze wszystkimi konsekwencjami wynikającymi z Prawa telekomunikacyjnego.

Odnosząc się do powyższych zastrzeżeń należy wyjaśnić, iż celem, jaki zamierzał osiągnąć Prezes UOKiK w przedmiotowym punkcie, jest zapewnienie, iż lektura wiążących konsumenta wzorców umów pozwoli ustalić jednoznacznie jakie oświadczenie woli, w jakiej formie oraz gdzie złożone jest wymagane dla wywołania zamierzonych skutków prawnych, np. wypowiedzenia umowy albo złożenia oświadczenia o nieprzekształcaniu umowy, po upływie terminu na jaki została zawarta, w umowę zawartą na czas nieoznaczony.

Doprecyzowując wnioski dotyczące wymaganej formy oświadczenia woli należy wyjaśnić, iż jedynym celem powyższych propozycji jest zapobieżenie sytuacji, w której umowa (regulamin) wymaga od abonenta złożenia określonego oświadczenia woli, nie precyzując jednocześnie wymaganej formy oświadczenia. W wykonaniu takiej umowy abonent składa wymagane oświadczenie w formie np. wiadomości e-mail do biura obsługi klienta, tylko po to aby po pewnym czasie otrzymać odpowiedź zwrotną, iż oświadczenie to należało złożyć pisemnie. Tego typu praktyki mają bezpośrednie przełożenie na majątkowe interesy konsumentów skutkując np. trwaniem umowy i naliczaniem opłaty abonamentowej przez miesiąc lub dwa dłużej, aniżeli pierwotnie zakładał konsument.

Tak jak w przypadku wymaganej formy, tak w przypadku wymaganego „miejsca” złożenia oświadczenia, celem nie jest narzucanie przedsiębiorcy, co do zasady, rozwiązań co do jednostek przyjmujących oświadczenia woli, a jedynie zapewnienie, iż przeciętny konsument będzie w stanie ustalić na podstawie umowy, gdzie skierować swoje oświadczenie. Pomoże to uniknąć sytuacji, w których umowa nakazuje konsumentowi złożenie oświadczenia woli na adres podany w bliżej nie określonym miejscu na stronie internetowej lub do jednostki „właściwej”, bez wskazania co należy rozumieć przez jednostkę właściwą. Skutki takich uchybień są analogiczne jak w przypadku braku określenia wymaganej formy, tj. konsument składa oświadczenie w biurze obsługi klienta tylko po to, aby po miesiącu czasu dowiedzieć się, iż nie zostało ono uwzględnione, gdyż właściwa w tej sprawie jest inna komórka organizacyjna przedsiębiorcy.

Pozostając w tematyce „miejsca” złożenia oświadczenia przez abonenta Prezes UOKiK dostrzega potrzebę przyjęcia dobrych praktyk w zakresie stosowanych przez przedsiębiorców schematów organizacyjnych, określających jednostki organizacyjne uprawnione do przyjmowania oświadczeń woli i wiedzy konsumentów. O ile powyżej wskazano, iż celem inicjatywy nie jest narzucanie przedsiębiorcy, co do zasady, rozwiązań w zakresie jednostek przyjmujących oświadczenia woli, o tyle dobre obyczaje wymagają – zdaniem Prezesa UOKiK – przyjęcia pewnych standardów dotyczących przede wszystkim dużych przedsiębiorców o rozbudowanej strukturze organizacyjnej. W przypadku przedsiębiorców o rozbudowanej strukturze (liczne punkty sprzedaży i obsługi klienta) nie wydaje się zgodne z dobrymi obyczajami wymaganie złożenia oświadczenia woli jedynie w formie pisemnej przesłanej na adres siedziby przedsiębiorcy, biorąc pod uwagę, iż takie oświadczenia mogłyby przyjmować również punkty obsługi klienta, które są przecież umocowane do zawierania umów (a więc przyjmowania i składania oświadczeń woli).

Wnioski:

- Pożądaną dobrą praktyką jest przyjęcie przez dostawców usług telekomunikacyjnych zasady,

iz abonent może złożyć oświadczenie woli, w szczególności wypowiedzenie umowy lub oświadczenie o nieprzekształcaniu umowy w umowę zawartą na czas nieoznaczony, w dowolnym punkcie handlowym przedsiębiorcy, a przynajmniej w tym punkcie, w którym konsument zawarł umowę, z którą jest związane składane oświadczenie woli. W takim przypadku pożądane jest zamieszczenie w umowie informacji o tym jakie placówki (np. wszystkie, tylko firmowe itd.) przyjmują takie oświadczenia, przy czym konkretna lokalizacja placówek może zostać zamieszczona na stronie internetowej dostawcy usług.

- Pożądaną dobrą praktyką jest przyjęcie przez dostawców usług telekomunikacyjnych zasady, iż konsument, który zawarł umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych na odległość albo poza lokalem przedsiębiorstwa, może złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy oraz zwrócić towar nie tylko listownie na podany adres korespondencyjny, ale również osobiście w dowolnym punkcie handlowym przedsiębiorcy telekomunikacyjnego. W takim przypadku pożądane jest przekazanie konsumentowi informacji (np. w dokumentach z potwierdzeniem wymaganych przez prawo informacji, jak np. o prawie odstąpieniu od umowy) o tym jakie placówki (np. wszystkie, tylko firmowe itd.) przyjmują takie pisemne oświadczenia, przy czym konkretna lokalizacja placówek może zostać zamieszczona na stronie internetowej dostawcy usług.

Z praktyki wynika, iż pracownicy punktów handlowych są umocowani do zawierania z konsumentami umów (a zatem są umocowani do składania i przyjmowania oświadczeń woli w imieniu przedsiębiorcy telekomunikacyjnego), a jednocześnie – w przypadku niektórych przedsiębiorców – pracownicy punktów handlowych odmawiają przyjęcia oświadczeń woli konsumenta dotyczących wykonywania lub rozwiązania umowy. Taka praktyka wydaje się być sprzeczna z dobrymi obyczajami, gdyż nie znajdujemy żadnego racjonalnego uzasadnienia dla odmawiania konsumentom możliwości złożenia oświadczenia woli (np. o nieprzedłużaniu umowy) w punkcie handlowym, w którym konsument zawarł lub w którym mógłby zawrzeć umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

Przyjęcie dobrej praktyki, zgodnie z którą konsument, który zawarł umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych na odległość albo poza lokalem przedsiębiorstwa, może złożyć pisemne oświadczenie o odstąpieniu od umowy oraz zwrócić towar nie tylko listownie na podany adres korespondencyjny, ale również osobiście w dowolnym punkcie handlowym przedsiębiorcy telekomunikacyjnego, służyłoby zarówno konsumentom, jak i przedsiębiorcom, gdyż eliminowałoby spory o to, czy ewentualne uszkodzenia zwracanego sprzętu powstały w trakcie przesyłki, czy też są konsekwencją niewłaściwego użytkowania przez konsumenta - pracownik punktu mógłby sprawdzać stan zwracanego sprzętu w obecności konsumenta. Przyjęcie zasad odmiennych wydaje się być sprzeczne z dobrymi obyczajami, gdyż trudno jest znaleźć racjonalne uzasadnienie dla odmawiania konsumentom możliwości złożenia oświadczenia woli odstąpienia od umowy w punkcie handlowym, w którym konsument mógłby zawrzeć umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

➤ **Brak dostatecznego rozróżnienia mechanizmu złożenia wypowiedzenia umowy oraz złożenia oświadczenia woli o nieprzekształcaniu umowy zawartej na czas oznaczony w umowę zawartą na czas nieoznaczony.**

Typowym dla umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych jest mechanizm przekształcania umowy zawartej na czas oznaczony w umowę zawartą na czas nieoznaczony, po upływie terminu na jaki umowa została zawarta, chyba że abonent z odpowiednim wyprzedzeniem poinformuje dostawcę

usług, iż nie zgadza się na takie przekształcenie umowy. W przypadku złożenia takiego oświadczenia przez abonenta umowa ulega rozwiązaniu z upływem terminu na jaki została zawarta. Czym innym jest natomiast złożenie przez abonenta oświadczenia o wypowiedzeniu umowy w trakcie trwania tzw. okresu promocyjnego, skutkujące przedterminowym rozwiązaniem umowy, które może pociągnąć za sobą skutki finansowe po stronie abonenta w postaci obowiązku zwrotu proporcjonalnie pomniejszonej równowartości udzielonej ulgi. Niestety w wielu umowach oba mechanizmy są opisane wspólnie, co może powodować po stronie abonentów problemy z właściwym sformułowaniem lub zakwalifikowaniem określonego oświadczenia woli abonenta.

Przykład:

*§ 16. Czas obowiązywania umowy oraz zawieszenie usług*

*1. Umowa może być zawarta na czas nieokreślony albo na czas określony. Umowa zawarta na czas określony przekształca się po upływie czasu, na jaki została zawarta, w Umowę zawartą na czas nieokreślony, chyba że Abonent na 30 dni przed upływem okresu, na który Umowa została zawarta, zawiadomi Operatora na piśmie, że nie zamierza korzystać z usług Operatora.*

*2. Umowa wygasa wskutek:*

*[...]*

*d) upływu okresu, na który została zawarta, z zastrzeżeniem postanowień ust. 1 powyżej.*

*3. [...]*

*4. [...]*

*5. Zarówno Abonent, jak i Operator, są uprawnieni do rozwiązania Umowy z zachowaniem okresu wypowiedzenia. Okres wypowiedzenia wynosi 30 dni i liczony jest od pierwszego dnia Okresu Rozliczeniowego następującego po Okresie Rozliczeniowym, w którym złożono oświadczenie o rozwiązaniu Umowy. Umowy zawarte na czas określony mogą określać inne zasady ich wcześniejszego rozwiązywania.*

*6. Za dzień złożenia wypowiedzenia Umowy przez Abonenta przyjmuje się dzień doręczenia na adres korespondencyjny OK podany na stronie WWW Operatora dokumentu zawierającego wypowiedzenie Umowy. Umowa ulega rozwiązaniu z upływem okresu wypowiedzenia.*

W przedstawionym powyżej przykładzie „wykropkowano” części nieistotne dla dalszej analizy. Jak widać, w punkcie 1 powyżej przewidziano możliwość złożenia przez abonenta oświadczenia o nieprzekształcaniu umowy w umowę zawartą na czas nieoznaczony. W punkcie 5 uregulowano kwestię wypowiedzenia umowy skutkującego jej przedterminowym rozwiązaniem. Natomiast w punkcie 6 wskazano, iż oświadczenie woli o wypowiedzeniu umowy powinno być złożone na piśmie, przy czym nie wiadomo, czy taka procedura obejmuje również oświadczenia o nieprzekształcaniu umowy w umowę na czas nieoznaczony czy nie (regulamin nie przewiduje w tym zakresie odrębnych zasad). Taka konstrukcja może powodować, iż abonenci chcący złożyć oświadczenie woli wywołujące skutek opisany w pkt. 1 składają oświadczenie woli zgodnie z treścią pkt. 6, co przez dostawcę usług jest traktowane jako przedterminowe rozwiązanie umowy, nawet jeżeli z treści oświadczenia wynika wyraźnie, iż jest to oświadczenie, którego skutkiem ma być rozwiązanie umowy wraz z upływem terminu na jaki została zawarta (oświadczenie o nieprzekształcaniu umowy).

Wnioski:

- Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych powinna w sposób jasny i wyraźny rozróżniać instytucję wypowiedzenia umowy oraz złożenia oświadczenia o braku zgody

na przekształcenie umowy w umowę zawartą na czas nieoznaczony precyzując jednocześnie w jakiej formie i jakim miejscu należy składać te oświadczenia woli.

➤ **Ogólne wnioski dotyczące stosowanych w obrocie konsumenckim wzorców umów:**

- Zaleca się przedsiębiorcom telekomunikacyjnym okresową rewizję wykorzystywanych w obrocie wzorców umów, co zapewni, iż wzorce umowy będą zawierały aktualne rozwiązania, spójne z bieżącą ofertą przedsiębiorcy oraz będą wolne od błędów.
- Zaleca się przedsiębiorcom telekomunikacyjnym taką organizację sieci sprzedaży oraz obsługi klienta, aby sprzedawcy oraz konsultanci zwracali uwagę klientów na najistotniejsze oraz najbardziej problematyczne, tj. skutkujące największą liczbą reklamacji, warunki umowy.

## IV. Konsekwencje braku przejrzystości wzorca umowy - sankcje za uchybienie obowiązkowi jasnego formułowania wzorców umownych

Stosowanie przez dostawców usług telekomunikacyjnych w umowach zawieranych z konsumentami wzorców umownych sformułowanych w sposób niejasny może rodzić liczne reperkusje prawne po stronie przedsiębiorcy. W obowiązującym stanie prawnym Kodeks cywilny wymaga formułowania wzorców umownych jednoznacznie i w sposób zrozumiały (art. 385 § 2 K.c.). Oznacza to, iż wzorzec umowy powinien być sformułowany jasno, czytelnie i w sposób niebudzący wątpliwości. Należy podkreślić, iż powyższy przepis daje podstawy do zakwestionowania wzorców niejasnych i niezrozumiałych. Ponadto, konsument będzie związany wzorcem umowy tylko i wyłącznie jeżeli wzorzec został mu prawidłowo doręczony (w określonych sytuacjach prawidłowo udostępniony) – art. 384 § 1, 2 i 4 K.c. Sankcją uchybienia tym obowiązkom jest po pierwsze możliwość uznania, że wzorzec nie został prawidłowo doręczony lub udostępniony, a tym samym nie wiąże konsumenta, po drugie ryzyko zastosowania nakazu tłumaczenia postanowień niejednoznacznych i niezrozumiałych na korzyść konsumenta oraz, po trzecie, możliwość uznania konkretnego postanowienia umownego za niedozwolone postanowienie umowne.

Kolejnym krokiem w kierunku podniesienia poziomu transparentności wzorców umów na rynku usług telekomunikacyjnych jest pełna implementacja do krajowego porządku prawnego dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/136/WE z dnia 25 listopada 2009 r.<sup>5</sup>, przewidującej wymóg kształtowania umowy w sposób jasny, zrozumiały i w łatwo dostępnej formie. W tym miejscu należy zaznaczyć, iż zgodnie z założeniami do ustawy o zmianie ustawy Prawo telekomunikacyjne do przedmiotowej ustawy zostanie wprowadzona regulacja w sposób wyraźny zastrzegająca, iż umowy, regulaminy oraz cenniki świadczenia usług telekomunikacyjnych muszą być formułowane w jasnej, zrozumiałej i łatwo dostępnej formie. Jak wskazano w treści założeń uzupełnienie Prawa telekomunikacyjnego o powyższe wymogi w żadnym wypadku nie oznacza, iż dotychczas porządek prawny dopuszcza możliwość formułowania wzorców umowy w sposób niejasny, niezrozumiały i w trudno dostępnej formie. Dodanie do Prawa telekomunikacyjnego wyraźnego wymogu formułowania umów, regulaminów i cenników w jasnej, zrozumiałej i łatwo dostępnej formie będzie spełniało dodatkową funkcję gwarancyjną dla ochrony praw abonentów.

### ➤ Brak doręczenia / nieprawidłowe doręczenie konsumentowi wzorca umowy

W myśl art. 384 § 1 K.c. ustalony przez jedną ze stron wzorzec umowy wiąże drugą stronę, jeżeli został jej doręczony przed zawarciem umowy. Nie jest to jednak przesłanka wyłączna. Konieczne jest jeszcze, w myśl wniosku *a maiori ad minus* (reżim surowszy powinien obejmować także przesłanki procedury uproszczonej) co do art. 384 § 2 K.c., by konsument mógł z łatwością dowiedzieć się o treści wzorca. Tak więc w przypadku wszystkich umów z udziałem konsumentów, za wyjątkiem umów powszechnie zawieranych w drobnych, bieżących sprawach życia codziennego, obowiązuje zasada, iż wymogiem skutecznej inkorporacji wzorca jest jego doręczenie oraz łatwość

<sup>5</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/136/WE z dnia 25 listopada 2009 r. zmieniająca dyrektywę 2002/22/WE w sprawie usługi powszechnej i związanych z sieciami i usługami łączności elektronicznej praw użytkowników, dyrektywę 2002/58/WE dotyczącą przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności w sektorze łączności elektronicznej oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów

zapoznania się z jego treścią. W odniesieniu do umów powszechnie zawieranych w drobnych, bieżących sprawach życia codziennego wystarczające jest umożliwienie konsumentom łatwego zapoznania się z treścią wzorca, bez konieczności jego doręczenia.

Jak wynika *expressis verbis* z przepisów Kodeksu cywilnego doręczenie wzorca musi polegać na stworzeniu realnej możliwości zapoznania się przez konsumenta z pełnym tekstem wzorca. Jednocześnie wzorzec powinien być pod względem formy i treści sporządzony tak, by przeciętny konsument mógł go zrozumieć.

W konsekwencji, doręczenie wzorca bez zagwarantowania konsumentowi czasu na zapoznanie się z nim lub w formie uniemożliwiającej zapoznanie się z nim (np. wzorzec nieczytelny, niekompletny) nie może być uznane za realizację wymogu doręczenia wzorca przed zawarciem umowy.

### ➤ **Zastosowanie wykładni *contra proferentem* – nakaz tłumaczenia postanowień niejednoznacznych i niezrozumiałych na korzyść konsumenta.**

W przepisie art. 385 § 2 K.c. zawarto nakaz tłumaczenia postanowień niejednoznacznych (w tym również postanowień niezrozumiałych) na korzyść konsumenta. Sankcją uchybienia powyższej zasadzie jest wyeliminowanie wykładni korzystnej dla autora wzorca.

W tym miejscu należy podkreślić, iż przy wykładni postanowień wzorców umownych powinna być uwzględniona treść art. 65 § 1 K.c. odnoszącego się do zasad współzycia społecznego oraz ustalonych zwyczajów.

#### **orz. SN z 12 grudnia 1997 r. III CZP 65/97**

*[Wzorzec umowny] jako "prawo umowne" (lex contractus) trzeba wyklądać tak, jak przepisy prawa. Ta konstatacja nie sprzeciwia się jednak stwierdzeniu, że w razie niejasności, a zwłaszcza wątpliwości co do sformułowania i rozumienia treści postanowień o.w.u. AC, należy je interpretować na korzyść ubezpieczającego. Trafnie uznano już wcześniej w orzecznictwie Sądu Najwyższego, iż byłoby sprzeczne z zasadami współzycia społecznego, by wadliwa, niedbała, czy nawet nieprecyzyjna redakcja postanowień o.w.u. AC, wydanych przez profesjonalistę ubezpieczyciela, obciążała ubezpieczającego [konsumenta].*

#### **orz. SN z 8 sierpnia 2001 r. I CKN 18/99**

*[Wzorce umowne] mimo, że nie są przepisami prawa ustanowionego przez ustawodawcę, trzeba je - jako prawo umowne - wyklądać tak, jak przepisy prawa. W razie niejasności, a zwłaszcza wątpliwości co do sformułowania i rozumienia treści poszczególnych postanowień ogólnych warunków ubezpieczenia, należy je jednak interpretować na korzyść ubezpieczającego [konsumenta].*

#### **orz. SA w Łodzi z 28 lutego 1996 r. I ACr 37/96**

*Ujemne skutki wadliwie opracowanych ogólnych warunków ubezpieczeń, polegające na możliwości dowolnej ich interpretacji, powinny obciążać ubezpieczyciela, jako profesjonalistę i autora tych warunków. W takim wypadku odpowiedzialność ubezpieczyciela - mimo określonych zapisów zawartych w warunkach ubezpieczenia - może być w praktyce znacznie szersza niż to ubezpieczyciel zakładał.*

### ➤ **Uznanie postanowienia wzorca za niedozwolone postanowienie umowne**

Niska transparentność wzorców umów pozostaje w bezpośrednim związku z instytucją niedozwolonych postanowień umownych. W myśl art. 385<sup>1</sup> § 1 K.c. postanowienie wzorca umowy może być uznane za niedozwolone w przypadku gdy kształtuje prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy.

Jeśli chodzi o kwestię kontroli postanowień wzorców umownych należy wyróżnić dwa systemy kontroli, a mianowicie kontrolę incydentalną oraz kontrolę abstrakcyjną.

- **kontrola incydentalna postanowień umowy zawartej z konsumentem** – sąd powszechny na tle konkretnej umowy ustala, czy dane postanowienie umowy jest postanowieniem niedozwolonym.

#### **Skutki dla przedsiębiorcy:**

- **brak związania konsumenta danym postanowieniem w konkretnym stosunku prawnym**
- **postanowienie wzorca jest bezskuteczne *ex lege*, co oznacza, że sąd może stwierdzić bezskuteczność wzorca także z urzędu, niezależnie od tego czy konsument sformułował takie żądanie**

- **kontrola abstrakcyjna postanowień wzorców umownych** – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w oderwaniu od konkretnej umowy ustala, czy dane postanowienie wzorca umowy jest postanowieniem niedozwolonym i zakazuje jego stosowania. Jednym z podmiotów uprawnionych do wniesienia pozwu w sprawie uznania danego postanowienia umownego za niedozwolone jest Prezes UOKiK.

#### **Skutki dla przedsiębiorcy:**

- **zakaz stosowania postanowienia wzorca uznanego za niedozwolone w prawomocnym wyroku staje się skuteczny *erga omnes* po wpisaniu do rejestru prowadzonego przez Prezesa UOKiK**
- **stosowanie we wzorcu umowy postanowienia identycznego albo tożsamego z postanowieniem wpisanym do rejestru stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów (art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).**

### ➤ **Decyzje Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów**

Zgodnie z ustawą z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) Prezes UOKiK posiada kompetencje m. in. do prowadzenia postępowań administracyjnych w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Warunkiem wydania przez Prezesa UOKiK decyzji w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów jest łączne spełnienie dwóch przesłanek, a mianowicie: bezprawności działania przedsiębiorcy oraz godzenia w zbiorowe interesy konsumentów.

Stosowanie niejednoznacznych i sformułowanych w sposób niezrozumiały wzorców umów może stanowić działanie bezprawne. Stosowanie praktyki wobec nieoznaczonej liczby konsumentów może uzasadniać postawienie zarzutu godzenia w zbiorowe interesy konsumentów i podjęcie działania w interesie publicznym.

Przykłady:

**Decyzja nr RPZ 29/2010** (decyzja nieprawomocna)

Prezes UOKiK uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania Polkomtel S.A. polegające na doręczaniu konsumentom „Regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych przez Polkomtel S.A dla Abonentów” oraz „Regulaminu świadczenia przez Polkomtel S.A. usług telekomunikacyjnych Prefiks 1069”, obowiązujących od 01 lipca 2009 r., w nieczytelnej formie graficznej, tj. sporządzonej bardzo małą czcionką o kolorze niebieskim, a przez to utrudniającą percepcję jego treści przez konsumentów, co stanowi naruszenie obowiązku formułowania wzorca umowy jednoznacznie i w sposób zrozumiały, wynikającego z art. 385 § 2 K.c. i narusza jednocześnie dobre obyczaje poprzez brak rzetelnego traktowania konsumenta jako partnera umowy.

**Decyzja nr DDK 7/2010** (decyzja nieprawomocna)

Prezes UOKiK uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działanie Canal+ Cyfrowy sp. z o.o. polegające na zamieszczeniu informacji o planowanych zmianach we wzorcach umowy: wzorze umowy o abonament, regulaminie umowy o abonament oraz aneksie „Akcja Gotówka z Góry”, w przesłanym konsumentom Magazynie Abonentów Cyfra+ „PLUS+” (nr 27 maj-czerwiec 2009), co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową poprzez naruszenie art. 5 ust. 1 w zw. z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r., Nr 171, poz.1206), a także godzi w zbiorowe interesy konsumentów

**Decyzja nr DDK 23/2010** (decyzja nieprawomocna)

Prezes UOKiK uznał za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania Polskiej Telefonii Komórkowej Centertel sp. z o.o., polegające na ograniczaniu konsumentom swobodnego wyboru w zakresie związania się umową o świadczenie usług telekomunikacyjnych, poprzez stosowanie w obrocie konsumenckim modelu zawierania na odległość umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, wymagającego od konsumentów podjęcia decyzji dotyczącej umowy w obecności kuriera doręczającego wzorce umowy, bez umożliwienia konsumentom swobodnego zapoznania się z ich treścią.

**Skutek dla przedsiębiorcy:**

- **możliwość nałożenia kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary**
- **nakaz zaniechania stosowania określonej praktyki**
- **możliwość nałożenia obowiązku usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów**