



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA UOKIK W KRAKOWIE**

Pl. Szczepański 5
31 - 011 Kraków
Tel./fax (12) 421-75-79, 421-74-98
E-mail: krakow@uokik.gov.pl

RKR-61-20/13/WJ-36/13

Kraków, dnia 30 października 2013 r.

DECYZJA Nr RKR - 32/2013

I. Na podstawie art. 26 ust. 1 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331, z późn. zm.) oraz stosownie do treści art. 33 ust. 5 i 6 tej *ustawy* i § 2 pkt 4 *rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Dz. U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, określone w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ww. *ustawy*, działania MNI Telecom S. A. z siedzibą w Radomiu, polegające na:

- 1) niedopełnieniu obowiązków wynikających z art. 3 ust. 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, z późn. zm.), poprzez nieinformowanie konsumentów na piśmie, przed zawarciem z nimi umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, o prawie do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz zaniechanie wręczenia konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem firmy oraz adresem siedziby Przedsiębiorcy
- 2) nakładaniu obowiązków sprzecznych z art. 2 ust. 2 *ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny*, poprzez obciążanie konsumentów karą umowną (odstępnym) za odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w przypadku odstąpienia przez konsumenta w terminie dziesięciu dni od jej zawarcia,

i nakazuje się zaniechanie ich stosowania.

II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* oraz stosownie do treści art. 33 ust. 5 i 6 tej *ustawy* i § 2 pkt 4 *rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów*, po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

nakłada się na MNI Telecom S. A. z siedzibą w Radomiu, płatną do budżetu państwa, **karę pieniężną** w wysokości:

- 1) **351.306,00 zł** (słownie: trzysta pięćdziesiąt jeden tysięcy trzysta sześć złotych), z tytułu naruszenia zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust. 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, w zakresie opisanym w punkcie I.1) sentencji niniejszej decyzji;
- 2) **614.785,00 zł** (słownie: sześćset czternaście tysięcy siedemset osiemdziesiąt pięć złotych), z tytułu naruszenia zakazu określonego w art. 24 ust. 1 i ust. 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, w zakresie opisanym w punkcie I.2) sentencji niniejszej decyzji.

III. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 *ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego* (Dz. U. z 2000 r. Nr 98, poz. 1071, z późn. zm.) w związku z art. 83 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej *ustawy* i § 2 pkt 4 *rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów*, po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,

obciąża się MNI Telecom S. A. z siedzibą w Radomiu **kosztami** przedmiotowego **postępowania** w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się Przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 143 zł (słownie: sto czterdzieści trzy złote), w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej „Prezesem Urzędu”) przeprowadził postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy warunki świadczenia usług telekomunikacyjnych przez MNI Telecom S. A. z siedzibą w Radomiu (zwane dalej „Przedsiębiorcą”) stanowią naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Podstawą tego postępowania były liczne skargi konsumentów oraz zawiadomienie Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Krakowie (zwanego dalej „MRK w Krakowie”) dotyczące nieprawidłowości związanych z procesem zawierania przez Przedsiębiorcę poza lokalem przedsiębiorstwa umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

W toku przedmiotowego postępowania wezwano Przedsiębiorcę do przesłania informacji i dokumentów objętych jego przedmiotem, w tym wzorców umów i innych dokumentów stosowanych przez niego w obrocie z konsumentami, w szczególności związanych z procedurą zawierania, wykonywania i rozwiązywania umów poza lokalem przedsiębiorstwa. Analiza informacji i dokumentów przedłożonych przez Przedsiębiorcę wykazała, że przedmiotem jego działalności jest świadczenie różnego rodzaju usług telekomunikacyjnych, w tym usług dostępu do telefonii stacjonarnej w oparciu o własną infrastrukturę telekomunikacyjną, jak również sieci innych operatorów. W zakresie prowadzonej działalności telekomunikacyjnej Przedsiębiorca świadczy również usługę WLR w ramach hurtowego odstępu do sieci Telekomunikacji Polskiej S. A.

Z wyjaśnień Przedsiębiorcy wynika, że abonentów usługi WLR pozyskuje on za pośrednictwem podmiotów zewnętrznych, które zawierają na jego rzecz umowy poza lokalem przedsiębiorstwa.

W trakcie ww. postępowania wyjaśniającego uzyskano również informacje o dalszych kilkudziesięciu przypadkach nieprawidłowości związanych z procesem zawierania, wykonywania i rozwiązywania przez Przedsiębiorcę poza lokalem przedsiębiorstwa umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych WLR. Informacje takie pochodzą w szczególności z: kolejnych skarg konsumentów przedstawionych przez MRK w Krakowie w ramach uzupełnienia zgłoszonego przez niego wcześniej zawiadomienia, pism Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Nowym Sączu i Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Nowym Targu, zawiadomienia Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Sosnowcu (zwanych dalej „PRK” albo „MRK” odpowiednio „w Nowym Sączu”, „w Nowym Targu”, albo „w Sosnowcu”) oraz pism konsumentów uzyskanych przez Delegaturę UOKiK w Krakowie z innych delegatur Urzędu, bądź bezpośrednio od konsumentów, na skutek wezwania ich do udzielenia wyjaśnień albo skarg złożonych przez nich z własnej inicjatywy.

Szczegółowa analiza wskazanych zawiadomień, ich uzupełnień, pism i skarg konsumentów oraz rzeczników konsumentów uprawdopodobniła możliwość naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów art. 3 ust. 1 i art. 2 ust. 2 *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, z późn. zm. – zwanej dalej „*ustawą o ochronie niektórych praw konsumentów*”).

Mając powyższe na uwadze Prezes Urzędu wszczął - postanowieniem Nr RKR - 85/2013 z dnia 29 marca 2013 r. - postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez MNI Telecom S. A. z siedzibą w Radomiu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

- I. Niedopełnieniu obowiązków wynikających z art. 3 ust. 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, z późn. zm.), poprzez nieinformowanie konsumentów na piśmie, przed zawarciem z nimi umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, o prawie do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz zaniechanie wręczenia konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem firmy oraz adresem siedziby Przedsiębiorcy, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*;
- II. Nakładaniu obowiązków sprzecznych z art. 2 ust. 2 *ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny*, poprzez obciążanie konsumentów karą umowną (odstępnym) za odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w przypadku odstąpienia przez konsumenta w terminie dziesięciu dni od jej zawarcia, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Jednocześnie - postanowieniem Nr RKR - 87/2013 z dnia 29 marca 2013 r. - Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu dokumenty i informacje uzyskane w trakcie wskazanego wyżej postępowania wyjaśniającego, w postaci pism: Delegatury UOKiK w Krakowie, Przedsiębiorcy oraz złożonych przez inne osoby, jak również inne pisma zarejestrowane poza aktami tego postępowania, w wyniku skarg konsumentów lub zawiadomień rzeczników konsumentów.

Pismem z dnia 29 marca 2013 r. Prezes Urzędu zawiadomił Przedsiębiorcę o wszczęciu przedmiotowego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Tym samym pismem wezwano Przedsiębiorcę do ustosunkowania się do zarzutów niniejszego postępowania oraz przesłania dokumentów i informacji objętych jego zakresem.

Ustosunkowując się do postawionych zarzutów – po dwukrotnym przedłużaniu terminu udzielenia odpowiedzi na wezwanie Prezesa Urzędu – Przedsiębiorca dopiero w piśmie z dnia 13 maja 2013 r. oświadczył, iż nie stosuje praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w ww. postanowieniu Nr RKR - 85/2013 z 29 marca 2013 r. o wszczęciu postępowania w niniejszej sprawie. Przedsiębiorca podniósł, iż informował konsumentów na piśmie o prawie odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa w terminie dziesięciu dni oraz wręczał konsumentom wzór oświadczenia o odstąpieniu. Wskazał, że przedmiotowy obowiązek informacyjny jest wykonywany poprzez przekazywanie abonentom *Regulaminu wykonywania usługi Abonament Telefoniczny przez MNI Telecom S. A.* (zwanego dalej „*Regulaminem*”) oraz formularza *umowy o świadczenie usługi Abonament Telefoniczny (WLR)* (zwanego dalej „*formularzem umowy*”). Wyjaśnił również, iż wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa jest wręczany konsumentom, a stosowne wzory przedstawione zostały w trakcie postępowania wyjaśniającego prowadzonego w niniejszej sprawie. Ponadto Przedsiębiorca oświadczył, iż nie obciążał abonentów karą umowną (odstępnym) za odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

Uzupełniając przedstawione wyżej wyjaśnienia, w piśmie z dnia 21 maja 2013 r. Przedsiębiorca wniósł o umorzenie postępowania prowadzonego w niniejszej sprawie, na podstawie art. 105 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331, z późn. zm. – zwanej dalej „*ustawą o ochronie (...)*”). W jego ocenie Prezes Urzędu dokonał ustaleń jedynie co faktów mających miejsce do dnia 31 grudnia 2011 r., ponieważ wszystkie przypadki skarg konsumentów znajdujące się w aktach sprawy zaistniały w 2011 r. Nie znajdują się w nich natomiast - zdaniem Przedsiębiorcy - jakiegokolwiek dokumenty potwierdzające stosowanie zarzucanych mu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów po 1 stycznia 2012 r. Przedsiębiorca wywodził, że brak udokumentowanych przypadków jego działań, które miałyby miejsce po tej dacie wskazuje na fakt zaprzestania zarzucanych mu praktyk z dniem 1 stycznia 2012r., co z kolei uzasadnia umorzenie przedmiotowego postępowania.

W tym samym piśmie z 21 maja 2013 r. Przedsiębiorca podkreślił, że zarzucane mu działania nie mogą być kwalifikowane jako praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów. Zwrócił uwagę, że w trakcie postępowania wyjaśniającego prowadzonego w niniejszej sprawie przedstawił listę 3.484 abonentów, którzy rozwiązali umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w wyniku zastosowania prawa odstąpienia. Według jego wyliczeń w aktach tego postępowania znajdują się dokumenty dotyczące skarg jedynie 20 osób. Przedsiębiorca stwierdził, że przedmiotem wszystkich tych skarg jest naliczenie opłaty za odstąpienie od umowy, którą traktuje jako opłatę wyrównawczą. Natomiast zarzuty braku informacji o prawie odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz braku wręczenia konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od takiej umowy pojawiają się w około 10 przypadkach odpowiednio dla każdej z tych kategorii praktyk. W ocenie Przedsiębiorcy, wobec tak dużej liczby odstąpień od zawartych z nim umów, ww. pojedynczych przypadków nie można kwalifikować jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Przedsiębiorca podniósł także, iż stany faktyczne związane z tymi skargami nie są jednoznaczne, ponieważ w przypadku części z nich odstąpienie konsumenta od umowy nastąpiło po upływie 10 dni od dnia zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa.

W piśmie z dnia 21 maja 2013 r. Przedsiębiorca uznał również, że na podstawie art. 5 pkt 1) *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, nie ma obowiązku wręczania konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, a więc stosowania przepisów art. 3 tej *ustawy*. W jego ocenie, świadczone przez niego usługi telekomunikacyjne mają charakter ciągły oraz przekazuje on swoim klientom regulaminy, cenniki i wzory umów - zgodnie z dyspozycją art. 59 i art. 61 ust. 4 *ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne* (Dz. U. Nr 171, poz. 1800, z późn. zm. – zwanej dalej „*Prawem telekomunikacyjnym*”). Ponadto w regulaminach tych zamieszcza klauzule o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni.

Pismem z 21 maja 2013 r. Przedsiębiorca wyjaśnił również, że nie obciążał abonentów karami umownymi, ani odstępnym w związku z odstąpieniem przez konsumentów od umów przed upływem 10 dni od zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa. W tym zakresie Przedsiębiorca powołał się na przepis art. 56 ust. 7 *Prawa telekomunikacyjnego*, który - jego zdaniem – uprawnia go do obciążenia abonenta wartością ulgi jaka została mu przyznana w związku z zawarciem umowy. Przedsiębiorca zwrócił uwagę, że przepis ten wskazuje, iż wartość ulgi jest maksymalną wartością roszczenia operatora, zatem nie może on być traktowany jako kara umowna, ani też jako odstępne, lecz jest odszkodowaniem właściwym. Przedsiębiorca zwrócił również uwagę na zmianę przepisu art. 56 ust. 7 *Prawa telekomunikacyjnego*, która weszła w życie w dniu 21 stycznia 2013 r. W jego ocenie zmiana ta oznacza, że przed jej obowiązywaniem Przedsiębiorca miał w każdym przypadku możliwość żądania zwrotu przyznanej ulgi w związku z odstąpieniem konsumenta od umowy, zaś po jej wejściu w życie prawo naliczenia ulgi przysługuje mu także zawsze, o ile tylko rozpoczął już świadczenie usługi telekomunikacyjnej. Wobec tego - zdaniem Przedsiębiorcy - odstąpienie od umowy przez abonenta w żadnym wypadku nie ma znaczenia dla jego uprawnienia do refundacji ulgi. W jego ocenie jest to specyfiką umów o świadczenie publicznych usług telekomunikacyjnych i wynika z *Prawa telekomunikacyjnego*, co wyłącza bezprawność tego typu praktyki i możliwość uznania jej za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W wykonaniu wezwań Prezesa Urzędu, dwukrotnie kierowanych do Przedsiębiorcy, pismem z dnia 19 czerwca 2013 r. poinformował on o wysokości przychodu osiągniętego w roku 2012 oraz złożył kopię „zeznania o wysokości osiągniętego dochodu (poniesionej straty) przez podatnika podatku dochodowego od osób prawnych” za rok 2012, tj. deklarację CIT - 8 Przedsiębiorcy – poświadczoną za zgodność z oryginałem.

Zawiadomieniem z dnia 9 września 2013 r. strona niniejszego postępowania poinformowana została o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz przysługującym jej prawie do zapoznania się z materiałem dowodowym zgromadzonym w aktach postępowania. Do dnia wydania decyzji w niniejszej sprawie Przedsiębiorca nie skorzystał jednak z przysługującego mu w tym zakresie uprawnienia.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

MNI Telecom S. A. z siedzibą w Radomiu prowadzi działalność gospodarczą w formie spółki akcyjnej, na podstawie wpisu dokonanego w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000301616. Przedmiotem jego działalności jest świadczenie różnego rodzaju usług telekomunikacyjnych, w tym usług dostępu do internetu, telefonii komórkowej i stacjonarnej w oparciu o własną infrastrukturę telekomunikacyjną, jak również sieci innych operatorów (tak: pismo Przedsiębiorcy z 19 grudnia 2011 r. wraz z załączonym do niego odpisem KRS, karty 27 – 35 akt adm.).

W trakcie postępowania wyjaśniającego ustalono, że w zakresie prowadzonej działalności telekomunikacyjnej Przedsiębiorca świadczy również usługę WLR w ramach hurtowego odstępu do sieci Telekomunikacji Polskiej S. A. Abonentów usługi WLR Przedsiębiorca pozyskuje i umowy związane z tą usługą zawiera na terenie całej Polski, wyłącznie jednak za pośrednictwem podmiotów (przedsiębiorców) zewnętrznych, które same organizują sobie pracę. Pełną listę takich „partnerów zewnętrznych” w liczbie piętnastu (z podaniem ich firm i adresów siedzib) Przedsiębiorca załączył do korespondencji kierowanej do Prezesa Urzędu (pisma Przedsiębiorcy z 19 grudnia 2011 r. oraz 17 stycznia 2012 r., karty: 27 – 30 oraz 64 - 68 akt adm.). Prezes Urzędu ustalił, że pracownicy (przedstawiciele handlowi) takich podmiotów zewnętrznych poszukują abonentów i zawierają z nimi umowy o świadczenie usługi WLR na rzecz Przedsiębiorcy poza lokalem przedsiębiorstwa. Z kolei abonentów pozostałych usług telekomunikacyjnych (innych niż usługi WLR), świadczonych w oparciu o własną infrastrukturę telekomunikacyjną Przedsiębiorcy, pozyskuje on jedynie na terenie województw: dolnośląskiego, kujawsko – pomorskiego, lubuskiego, łódzkiego, małopolskiego, mazowieckiego, opolskiego, podkarpackiego, podlaskiego, pomorskiego, śląskiego i świętokrzyskiego. Umowy z abonentami tego rodzaju usług, inaczej niż w przypadku usługi WLR, nie są w ogóle zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa, lecz wyłącznie w biurach obsługi klienta Przedsiębiorcy, których sieć zorganizowana została w większych miastach położonych na terenie wymienionych wyżej województw (ww. pisma Przedsiębiorcy z 19 grudnia 2011 r. oraz 17 stycznia 2012 r., karty: 27 – 30 oraz 64 - 68 akt adm.).

W zakresie umów telekomunikacyjnych zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, będących przedmiotem postępowania prowadzonego w niniejszej sprawie – na podstawie informacji i dokumentów przedstawionych przez Przedsiębiorcę - Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

W toku całego postępowania wyjaśniającego Przedsiębiorca zapewniał, że w umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa realizuje wszelkie obowiązki wynikające z przepisów *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*. Między innymi w tym celu miał zamieścić w „*Regulaminie wykonywania usługi Abonament Telefoniczny przez MNI Telecom S. A.*” postanowienie § 5 ust. 8, o treści: „*W przypadku zawierania Umowy poza lokalem przedsiębiorstwa Operatora, Regulamin stosuje się z uwzględnieniem przepisów Ustawy o Ochronie Konsumentów, zaś upoważniony przedstawiciel Operatora powinien okazać Abonentowi na jego żądanie: dowód tożsamości, pisemne zaświadczenie wydane przez Operatora potwierdzające uprawnienie tej osoby do zawierania umów w imieniu i na rzecz Operatora i aktualny odpis z rejestru przedsiębiorców Operatora oraz poinformować przed zawarciem Umowy na piśmie każdego, kto jest Konsumentem o prawie do odstąpienia od Umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia, wręczając mu wzór odstąpienia od Umowy*”. Według jego informacji, przy zawieraniu umowy abonenckiej poza lokalem przedsiębiorstwa, abonent akceptuje *Regulamin*, składając na nim swój podpis. Takie pisemne potwierdzenie przez abonenta treści *Regulaminu* – w ocenie Przedsiębiorcy - wskazuje na spełnienie przez niego wymagań zawartych w przepisach *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, w tym w szczególności obowiązków, o których mowa w art. 2 i art. 3 tej *ustawy*. W przedmiotowym zakresie podnosił również, że pisemne potwierdzenie przez konsumenta otrzymania wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy może nastąpić w każdej formie, a więc także poprzez podpisanie *Regulaminu* zawierającego postanowienie, z którego wynika przekazanie takiego wzoru odstąpienia (tak: pisma Przedsiębiorcy z 19 grudnia 2011 r. oraz 17 stycznia 2012 r., karty: 27 – 30 oraz 64 - 68 akt adm.).

Prezes Urzędu ustalił, że Przedsiębiorca rzeczywiście stosuje *Regulamin*, w którym znajduje się powołane wyżej postanowienie § 5 ust. 8, doręczany konsumentom przy zawieraniu z nimi umów o świadczenie usługi telekomunikacyjnych WLR poza lokalem przedsiębiorstwa. *Regulamin* ten jest jednak dokumentem obszernym, złożonym i nieczytelnym, ponieważ zawiera kilkadziesiąt postanowień, ściśniętych w trzech kolumnach znajdujących się na dwóch stronach, wypełnionych bardzo drobnym drukiem wielkości 1 mm, bez wyraźnych odstępów pomiędzy poszczególnymi wierszami wydruku. W dokumencie tym postanowienie § 5 ust. 8 nie zostało w żaden sposób wyróżnione, znajduje się w środkowej części *Regulaminu*, a więc odczytanie jego treści jest możliwe jedynie po przeanalizowaniu znacznej części *Regulaminu*. Informacja o prawie konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa nie została również zamieszczona przez Przedsiębiorcę w żadnym innym dokumencie, stosowanym przez niego przy zawieraniu tego rodzaju umów. Wskazuje na to analiza formularza *umowy o świadczenie usługi Abonament Telefoniczny (WLR)*, cenników usług, oświadczenia o rozwiązaniu umowy abonenckiej z dotychczasowym operatorem telekomunikacyjnym oraz regulaminów poszczególnych promocji oferowanych przez Przedsiębiorcę. Jednocześnie zaznaczyć należy, że każdy z tych dokumentów ma znacznie krótszą i bardziej przejrzystą treść niż *Regulamin*, a zatem zamieszczenie w nich - zwłaszcza zaś *formularzu umowy* - stosownej informacji o prawie odstąpienia od umowy dawałoby konsumentowi możliwość łatwego zapoznania się z taką informacją. Pomimo tego Przedsiębiorca zdecydował się na zamieszczenie przedmiotowego postanowienia w *Regulaminie*, zamiast np. właśnie w *formularzu umowy*. Podkreślić należy także, że Przedsiębiorca nie stosuje żadnej odrębnej pisemnej informacji w tym zakresie, co zostało przez niego potwierdzone w trakcie postępowania wyjaśniającego prowadzonego w niniejszej sprawie i wynika z przedłożonych przez niego dokumentów (pisma Przedsiębiorcy z 19 grudnia 2011 r. oraz 17 stycznia i 28 marca 2012 r., a także załączone do nich dokumenty, karty: 27 – 49, 64 – 72 oraz 268 – 275 akt adm.).

Niezależnie od powyższego Przedsiębiorca przedstawił – na wezwania Prezesa Urzędu - w różnych terminach dwa zupełnie odmienne wzory odstąpienia od umowy abonenckiej zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Wyjaśnił, że wzory te różnią się od siebie ponieważ w styczniu 2012 r. dokonał zmian w tym zakresie, wprowadzając nowy dokument odstąpienia. Ponadto Przedsiębiorca podkreślał, iż przyjmuje każde oświadczenie o odstąpieniu od umowy abonenckiej zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, które zostało sformułowane przez konsumenta na piśmie i wysłane do Przedsiębiorcy przed upływem 10 dni od daty podpisania takiej umowy (pisma Przedsiębiorcy z 19 grudnia 2011 r. oraz 17 stycznia i 28 marca 2012 r., karty: 27 – 30, 50, 64 – 68, 73 oraz 268 – 275 akt adm.).

Przedsiębiorca nie był jednak w stanie – pomimo kolejnych wezwań Prezesa Urzędu – przedstawić żadnego pisemnego potwierdzenia konsumenta otrzymania przez niego wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa (pisma Przedsiębiorcy z 17 stycznia i 28 marca 2012 r., karty: 64 – 68 oraz 268 – 275 akt adm.).

Prezes Urzędu ustalił dodatkowo, opierając się na analizie wszystkich dokumentów przedłożonych przez Przedsiębiorcę w trakcie postępowania prowadzonego w niniejszej sprawie, które były przez niego stosowane przy zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorstwa, iż w rzeczywistości nie stosował on jakiegokolwiek wzoru oświadczenia o odstąpieniu od tego rodzaju umów. Z żadnego z tych dokumentów, na które składają się *Regulamin*, *formularz umowy*, cenniki usług, oświadczenie o rozwiązaniu umowy abonenckiej z dotychczasowym operatorem telekomunikacyjnym oraz regulaminy poszczególnych promocji oferowanych przez Przedsiębiorcę, nie wynika bowiem, aby Przedsiębiorca doręczał konsumentowi wzór oświadczenia o odstąpieniu. Wręcz przeciwnie z *formularza umowy* wynika, że jej częścią jest *Regulamin*, cennik usług

oraz regulamin promocji, stanowiące (jedyne) załączniki do umowy. *Formularz umowy* zawiera również oświadczenia abonenta, iż otrzymał (jedyne) powyższe dokumenty, zapoznał się z nimi i akceptuje ich treść. Ponadto *formularz umowy* dokładnie wymienia przedmiot regulacji zawartej w *Regulaminie*, nie wspominając jednak o regulacji dotyczącej uprawnień abonenta związanych z zawarciem umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, pomimo, że w takiej właśnie formie jest ona zawierana. Podobnie oświadczenie o rozwiązaniu umowy abonenckiej z dotychczasowym operatorem telekomunikacyjnym oraz regulaminy poszczególnych promocji oferowanych przez Przedsiębiorcę odsyłają do *Regulaminu* i cenników usług, nie wspominając nawet o wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Cenniki usług nie zawierają informacji o jakimkolwiek innym dokumencie Przedsiębiorcy. Z kolei *Regulamin*, poza powoływaniem postanowieniem § 5 ust. 8, nie zawiera żadnego innego zapisu informującego o prawie konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz wzorze oświadczenia o odstąpieniu. W jego końcowych postanowieniach znajduje się natomiast informacja o dostępności *Regulaminu* i cenników usług na stronie internetowej Przedsiębiorcy oraz o możliwości jego otrzymania wraz z umową (*formularzem umowy*) na każde żądanie abonenta. W ww. przeanalizowanych dokumentach, stosowanych przez Przedsiębiorcę przy zawieraniu przez niego umów poza lokalem przedsiębiorstwa, brak jest natomiast informacji o dostępności wzorcu oświadczenia o odstąpieniu od umowy w taki sposób jak określony powyżej, tj. na stronie internetowej Przedsiębiorcy oraz możliwości jego otrzymania na każde żądanie konsumenta (pisma Przedsiębiorcy z 19 grudnia 2011 r. oraz 17 stycznia i 28 marca 2012 r., a także załączone do nich dokumenty, karty: 27 – 49, 64 - 72 oraz 268 – 275 akt adm.).

Prezes Urzędu dokonał analizy również innych dokumentów, stosowanych przez Przedsiębiorcę w kontaktach z „partnerami zewnętrznymi”, czyli agentami zawierającymi na jego rzecz i w jego imieniu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych WLR poza lokalem przedsiębiorstwa. Z załącznika nr 2 do umowy agencyjnej zawieranej z tymi podmiotami, pod nazwą „*Załącznik techniczny do umowy agencyjnej nr ...*” wynika, iż agenci Przedsiębiorcy nie byli zobowiązani do przedstawiania konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej za ich pośrednictwem poza lokalem przedsiębiorstwa, ani żadnej innej informacji związanej z tego rodzaju umowami. Zgodnie z postanowieniem punktu III.3. tego załącznika:

„Po zweryfikowaniu podpisanych przez Klienta formularzy, Dystrybutor winien pozostawić Klientowi:

- a. *przypadający dlań formularz Umowy Abonenckiej wraz z Regulaminem Świadczenia Usług,*
- b. *właściwy Cennik, odpowiedni do rodzaju zawartej Umowy Abonenckiej,*
- c. *ewentualnie inne materiały informacyjne, dostarczone w tym celu przez MNI Telecom”.*

Jednocześnie w żadnym fragmencie przedmiotowego załącznika do umowy agencyjnej nie ma mowy o wzorze oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Brak w nim również informacji o obowiązku agenta wręczania konsumentom jakiegokolwiek innego, równoważnego dokumentu lub pisemnej informacji związanej z zawieraniem umów poza lokalem przedsiębiorstwa (pismo Przedsiębiorcy z dnia 17 stycznia 2012 r. oraz załączone do niego dokumenty, karty: 64 - 68 oraz 74 – 75 akt adm.).

Podkreślenia wymaga również, iż – pomimo przedłożenia przez Przedsiębiorcę do akt niniejszej sprawy dwóch różnych wzorów odstąpienia od umowy abonenckiej, które jakoby miały być stosowane przez niego przy zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorstwa – w trakcie całego postępowania prowadzonego w sprawie Przedsiębiorca nie przedstawił żadnego oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od takiej umowy złożonego

na przedmiotowych (przygotowanych przez niego) wzorach. W tym zakresie przeanalizowano blisko trzy i pół tysiąca pism (oświadczeń) konsumentów o odstąpieniu od umowy zawartej z Przedsiębiorcą poza lokalem przedsiębiorstwa, przedstawionych przez niego na wezwanie Prezesa Urzędu, i nie stwierdzono istnienia jakiegokolwiek oświadczenia założonego na przedmiotowych wzorach (pismo Przedsiębiorcy z dnia 28 marca 2012 r. oraz załączone do niego dokumenty, karty 268 – 3590 akt adm.).

W nawiązaniu do dokonanych powyżej ustaleń warto zauważyć dodatkowo, że w trakcie postępowania w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Przedsiębiorca utrzymywał, iż nie ma obowiązku stosowania art. 3 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, w tym wręczania konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, ponieważ w jego przypadku zastosowanie znajduje przepis art. 5 pkt 1) tej *ustawy*, wyłączający przedmiotowe obowiązki (tak: pismo Przedsiębiorcy z dnia 21 maja 2013 r., karty 3705 - 3708 akt adm.).

Odpowiadając na kolejne wezwania Prezesa Urzędu Przedsiębiorca utrzymywał, iż nie naliczał i nie żądał żadnych opłat lub kar w przypadku skorzystania przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w tym również nie obciążał konsumentów opłatą wyrównawczą. Według jego zapewnień jedynym wymogiem formalnym realizacji tego prawa jest wysłanie oświadczenia o odstąpieniu do Przedsiębiorcy w terminie 10 dni od daty zawarcia umowy. Przedsiębiorca podnosił przy tym, że wprowadził obciąża konsumentów opłatami wyrównawczymi, jednak wyłącznie w granicach wynikających z przepisu art. 57 ust. 6 *Prawa telekomunikacyjnego*. Według niego opłaty te są związane z rozwiązaniem umowy przez konsumenta, a nie odstąpieniem od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w trybie przepisów *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*. Podkreślał również, że opłaty te w większości przypadków zostały przez niego anulowane, pomimo zaistnienia podstaw do ich uiszczenia (pisma Przedsiębiorcy z 19 grudnia 2011 r. oraz 17 stycznia i 28 marca 2012 r., karty: 27 – 30, 64 - 68 oraz 268 – 275 akt adm.).

Jednocześnie jednak w piśmie z dnia 28 marca 2012 r. Przedsiębiorca przyznał, że w przypadku dwóch konsumentów - których dotyczyło wezwanie Prezesa Urzędu – naliczył opłaty za odstąpienie w terminie 10 dni od zawarcia ww. umów poza lokalem przedsiębiorstwa, które określał jako opłata wyrównawcza. Stworzenie przez Przedsiębiorcę podstaw do pobierania tego typu opłat w każdym przypadku potwierdza również analiza dokumentów stosowanych przez niego przy zawieraniu umów z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa, tj. przede wszystkim cenników usług oraz regulaminów poszczególnych promocji przez niego oferowanych. Z odpowiednich fragmentów tych dokumentów wynika bowiem bezwarunkowa zasada uiszczania kar umownych przez konsumentów, którzy doprowadzili do rozwiązania umów przed upływem terminu ich obowiązywania (rezygnacje konsumentów albo rozwiązanie umów z ich winy). Stanowią o tym wprost postanowienia pkt 7 i 8 regulaminów promocji oraz pkt 7 cenników usług. Stosownie do treści pkt 7 regulaminów promocji: „*Abonent jest zobowiązany do korzystania z usług Operatora za warunkach niniejszej promocji przez okres przynajmniej 24 miesięcy*”. Natomiast zgodnie pkt 8 tych regulaminów: „*W przypadku rozwiązania Umowy o świadczenie usługi Abonament Telefoniczny z winy Abonenta lub rezygnacji z usługi przez Abonenta przed upływem 24 miesięcy, Abonent zobowiązany jest do uiszczenia kary umownej stanowiącej równowartość przyznanych Abonentowi ulg (kwoty brutto), określonych w pkt. 4, za pozostałe okresy rozliczeniowe od dnia rozwiązania Umowy do dnia jej obowiązywania wskazanego przez strony w Umowie*”. Z kolei w myśl pkt 7 cenników usług: „*Podpisanie niniejszego Cennika stanowi zawarcie Umowy na czas oznaczony*

24 miesiące (Minimalny Okres Świadczenia Usługi). (...) W przypadku rozwiązania Umowy o świadczenie usługi Abonament Telefoniczny z winy Abonenta lub rezygnacji z usługi przez Abonenta przed upływem 24 miesięcy, Abonent zobowiązany jest do uiszczenia kary umownej stanowiącej równowartość przyznanych Abonentowi ulg (kwoty brutto) w opłacie aktywacyjnej za pozostałe okresy rozliczeniowe od dnia rozwiązania Umowy do dnia jej obowiązywania wskazanego przez strony w Umowie”. Jak jednoznacznie wynika zatem z powołanych tu postanowień regulaminów promocji oraz cenników usług, ustalają one pobieranie kar umownych w każdym przypadku rozwiązania umowy zawartej na czas określony (zawsze 24 miesiące), z przyczyn leżących po stronie konsumenta i jednocześnie nie przewidują żadnych odstępstw bądź wyjątków od tej zasady (pisma Przedsiębiorcy z 19 grudnia 2011 r. oraz 17 stycznia i 28 marca 2012 r., a także załączone do nich dokumenty, karty: 27 – 49, 64 - 72 oraz 268 – 275 akt adm. oraz m.in. zawiadomienie MRK w Krakowie z dnia 23 listopada 2011 r. wraz załączonymi do niego dokumentami, karty 6 - 20 akt adm.).

Z powyższym korespondują twierdzenia Przedsiębiorcy przedstawione w trakcie postępowania w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, iż na podstawie przepisu art. 56 ust. 7 *Prawa telekomunikacyjnego* ma on prawo w każdym przypadku żądać zwrotu ulgi przyznanej abonentowi w związku z zawarciem umowy, a następnie jej rozwiązaniem, również w razie odstąpienia konsumenta od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Zdaniem Przedsiębiorcy odstąpienie konsumenta od takiej umowy w żadnym wypadku nie ma znaczenia dla jego uprawnienia do refundacji ulgi, gdyż jest ona odszkodowaniem właściwym i nie może być traktowana jako kara umowna albo odstępne. Wnioski takie – według oceny Przedsiębiorcy – wypływają ze specyfiki umów o świadczenie publicznych usług telekomunikacyjnych i znajdują oparcie w art. 56 ust. 7 *Prawa telekomunikacyjnego* (tak: pismo Przedsiębiorcy z dnia 21 maja 2013 r., karty 3705 - 3708 akt adm.).

Niezależnie od dokonanych i przedstawionych powyżej ustaleń, Prezes Urzędu uzyskał informacje o kilkudziesięciu przypadkach naruszenia przez Przedsiębiorcę przepisów art. 2 i art. 3 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, w zakresie wskazanym w sentencji niniejszej decyzji. Informacje takie pochodzą z następujących źródeł:

- 1) zawiadomienia MRK w Krakowie z dnia 23 listopada 2011 r. w sprawie podejrzenia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających m.in. na naruszeniu art. 3 ust. 1 i art. 2 ust. 2 ww. *ustawy* oraz mających taki sam przedmiot skarg pięciu konsumentów, załączonych do tego zawiadomienia (karty: 6 - 20 oraz 55 – 63 akt adm.),
- 2) pisma e-mail PRK w Nowym Sączu z dnia 23 lutego 2012 r., w którym opisuje on kilka kolejnych przypadków naruszenia praw konsumentów w zakresie objętych przedmiotem niniejszej decyzji (karty 160 – 163 akt adm.),
- 3) pisma PRK w Nowym Targu z dnia 24 lutego 2012 r., w którym zgłasza on dwa kolejne przypadki tego rodzaju naruszeń prawa i załączonych do niego skarg dwóch konsumentów dotyczących braku doręczenia dokumentów umowy i wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz nieuwzględnienia takiego oświadczenia konsumenta i nałożenia na niego kary umownej (karty 186 - 205 akt adm.),
- 4) zawiadomienia MRK w Sosnowcu z dnia 28 marca 2012 r. dotyczące podejrzenia stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających m.in. na naruszeniu art. 3 i art. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw*

konsumentów, w zakresie wskazanym w sentencji niniejszej decyzji oraz mających taki sam przedmiot skarg siedmiu konsumentów, załączonych do tego zawiadomienia (karty 3592 - 1638 akt adm.),

- 5) pięciu dalszych skarg konsumentów z dnia: 19 listopada 2011 r., 30 stycznia (uzupełnionej 2 marca) 2012 r., 6, 12 i 16 marca 2012 r. oraz 24 lipca 2012 r., dotyczących opisywanych wyżej praktyk Przedsiębiorcy, uzyskanych przez Prezesa Urzędu bezpośrednio od konsumentów składających skargi na działania Przedsiębiorcy, albo też na skutek odpowiedzi na wezwanie skierowane do konsumentów wskazanych przez ww. rzeczników konsumentów (karty: 1 – 5, 158 i 159, 206 – 234, 238 – 266 oraz 3641 - 3644 akt adm.),
- 6) pisma MRK w Krakowie z 4 czerwca 2013 r. dotyczącego działań Przedsiębiorcy objętych zarzutami niniejszej decyzji oraz potwierdzających go skarg dwóch konsumentów z dnia 7 maja i 6 listopada 2012 r. (karty 3742 - 3770 akt adm.),
- 7) pisma e-mail Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Lublinie z 7 czerwca 2013 r., z załączonymi do niego trzema skargami konsumentów z dnia: 13 lipca i 21 sierpnia 2012 r. oraz 10 grudnia 2012 r. (data odpowiedzi Przedsiębiorcy na pismo Rzecznika), potwierdzającymi niezgodne z prawem działania Przedsiębiorcy (karty 3771 - 3785 akt adm.),
- 8) pisma Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Piasecznie z 6 czerwca 2013 r. informującego o naruszeniu przez Przedsiębiorcę art. 3 ust. 1 i art. 2 ust. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* oraz, załączonych do niego w celu potwierdzenia takich ustaleń, skarg dwóch konsumentów z dnia 12 września i 29 listopada 2012 r. (karty 3786 - 3818 akt adm.),
- 9) pisma PRK w Nowym Sączu z dnia 7 czerwca 2013 r. informującego o naruszeniu przez Przedsiębiorcę art. 3 ust. 1 i art. 2 ust. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* oraz, załączonych do niego w celu potwierdzenia tych ustaleń, skarg dwudziestu jeden konsumentów, złożonych u Rzecznika w okresie pomiędzy 12 stycznia a 4 października 2012 r. (karty 3822 - 3867 akt adm.),
- 10) pisma Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Gorlicach z dnia 10 czerwca 2013 r. dotyczącego praktyk Przedsiębiorcy objętych rozstrzygnięciem niniejszej decyzji oraz potwierdzających go skarg szesnasty konsumentów, złożonych u Rzecznika w okresie pomiędzy 12 stycznia a 20 sierpnia 2012 r. (karty 3868 - 3900 akt adm.),
- 11) pisma PRK w Nowym Targu z dnia 7 czerwca 2012 r. informującego o naruszeniu przez Przedsiębiorcę art. 3 ust. 1 i art. 2 ust. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* oraz, załączonych do niego w celu potwierdzenia tych ustaleń, skarg siedmiu konsumentów, złożonych u Rzecznika w okresie pomiędzy 12 marca a 18 grudnia 2012 r. (karty 3901 - 3931 akt adm.),
- 12) pisma Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Radomiu z dnia 11 czerwca 2013 r., wraz z załączoną do niego jedną skargą z 23 lipca 2012 r. dotyczącą działalności Przedsiębiorcy związanej z zawieraniem przez niego umów poza lokalem przedsiębiorstwa (karty 3937 - 3943 akt adm.),
- 13) pisma Powiatowego Rzecznika Konsumentów we Wrocławiu z dnia 13 czerwca 2013 r. dotyczącego działań Przedsiębiorcy objętych zarzutami niniejszej decyzji oraz potwierdzających go skarg dwóch konsumentów z dnia 28 listopada 2011 r. i 23 lipca 2012 r. (karty 3944 - 3950 akt adm.),
- 14) pisma Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Nowym Sączu z dnia 17 czerwca 2013 r., wraz z załączonymi do niego ośmioma skargami na działalność Przedsiębiorcy

związaną z zawieraniem przez niego umów poza lokalem przedsiębiorstwa, zgłoszonymi przez konsumentów w okresie od 23 stycznia 2011 r. do 16 października 2012 r. (karty 3951 – 3961 akt adm.),

- 15) pism MRK w Sosnowcu z 7 i 19 czerwca 2013 r. dotyczących praktyk Przedsiębiorcy objętych rozstrzygnięciem niniejszej decyzji oraz mających taki sam przedmiot skarg dwóch konsumentów z dnia 3 stycznia i 26 października 2012 r. (karty: 3821 oraz 3962 - 3985 akt adm.).

Ponadto Prezes Urzędu ustalił, że przychód osiągnięty przez Przedsiębiorcę w roku 2012 wyniósł 175.652.771,70 zł. W celu potwierdzenia wielkości tego przychodu Przedsiębiorca przedstawił, poświadczoną za zgodność z oryginałem, kopię „zeznania o wysokości dochodu (poniesionej straty) przez podatnika podatku dochodowego od osób prawnych” za rok 2012, tj. deklarację CIT - 8 Przedsiębiorcy (załącznik do pisma Przedsiębiorcy z dnia 19 czerwca 2013 r., karty 3986 - 3991 akt adm.).

Mając powyższe ustalenia na uwadze Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Interes publiczny

Zgodnie z przepisem art. 1 ust. 1 *ustawy o ochronie (...)*, ma ona zastosowanie wyłącznie do ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowanej w interesie publicznym. Oznacza to, że warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur i zastosowania instrumentów określonych w tej *ustawie* jest zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorców - naruszając jej przepisy – stanowią chociaż potencjalne zagrożenie interesu publicznego. Ma to miejsce wówczas, gdy skutkami działań sprzecznych z przepisami *ustawy o ochronie (...)* dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, względnie, gdy działania te wywołują na rynku inne niekorzystne zjawiska¹.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publiczny, gdyż wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, którzy są lub mogą stać się klientami Przedsiębiorcy, a zatem są narażeni na skutki jego bezprawnych praktyk. Działania Przedsiębiorcy nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale kręgu konsumentów - jego obecnych lub przyszłych kontrahentów, których sytuacja jest identyczna i wynika między innymi z posługiwania się przez Przedsiębiorcę wzorcami umownymi. Objęte zarzutami niniejszej decyzji działania Przedsiębiorcy wymierzone są w szeroki i bliżej nieokreślony krąg uczestników rynku, ponieważ są one skierowane do członków określonej zbiorowości tj. wszystkich rzeczywistych i potencjalnych kontrahentów Przedsiębiorcy. Interes publiczny przejawia się także w postaci zbiorowego interesu konsumentów, co oznacza, iż naruszenie zbiorowego interesu konsumentów jest jednocześnie naruszeniem interesu publicznoprawnego. W tym stanie rzeczy uznać należy, że w niniejszej sprawie ma miejsce naruszenie przez Przedsiębiorcę interesu publicznego, co uzasadnia ocenę jego zachowania na rynku w świetle przepisów *ustawy o ochronie (...)*.

Wobec powyższego nie zasługuje na uwzględnienie stanowisko Przedsiębiorcy, iż działania zarzucane mu w niniejszej decyzji nie mogą być kwalifikowane jako praktyka

¹ Por.: wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 24 stycznia 1991 r. (sygn. akt: XV Amr 8/90) oraz wyroki Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 4 lipca 2001 r. (sygn. akt: XVII Ama 108/00) oraz z dnia 23 lutego 2002 r. (sygn. akt: XVII Ama 133/2001).

naruszająca zbiorowe interesy konsumentów, ponieważ wynikają one ze skarg jedynie 20 osób z przedstawionej przez niego listy 3.484 abonentów, którzy rozwiązywali umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w wyniku zastosowania prawa odstąpienia. W ocenie Przedsiębiorcy, wobec tak dużej liczby odstąpień od zawartych z nim umów, ww. pojedynczych przypadków nie można kwalifikować jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Takie stanowisko Przedsiębiorcy jest po pierwsze nieprawdziwe, ponieważ w treści niniejszej decyzji ustalono i wykazano istnienie co najmniej kilkudziesięciu przypadków naruszenia przez przedsiębiorcę art. 3 ust. 1 oraz art. 2 ust. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* - zgłoszonych zarówno przez konsumentów, jak również działających w ich imieniu rzeczników konsumentów. Przede wszystkim jednak podkreślenia wymaga, że w przypadku analizowanych w niniejszej decyzji praktyk Przedsiębiorcy naruszenie interesu publicznego polega nie tylko na faktycznym naruszeniu tego interesu, ale głównie na zagrożeniu jego naruszenia. W istocie bowiem wszyscy konsumenci, będący rzeczywistymi lub potencjalnymi kontrahentami Przedsiębiorcy, mogli zostać dotknięci jego bezprawnymi działaniami.

Praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów

Zgodnie z art. 24 ust. 1 *ustawy o ochronie (...)* zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie zaś do art. 24 ust. 2 tej *ustawy*, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Stwierdzenie istnienia przedmiotowej praktyki wymaga zatem spełnienia dwóch przesłanek: bezprawności działania przedsiębiorcy i naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.

Zaznaczyć należy w tym miejscu, że konsumentem - w myśl art. 4 pkt 12 *ustawy o ochronie (...)* w związku z art. 22¹ *Kodeksu cywilnego* - jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Natomiast przez przedsiębiorcę - zgodnie z art. 4 pkt 1 *ustawy o ochronie (...)* - rozumie się w szczególności przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. W świetle art. 4 ust. 1 *ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej* (Dz. U. z 2010 r. Nr 220, poz. 1447, z późn. zm.), przedsiębiorcą jest m.in. osoba prawna, która we własnym imieniu wykonuje działalność gospodarczą. Zgodnie z art. 2 *ustawy o swobodzie działalności gospodarczej* - działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

MNI Telecom S. A. z siedzibą w Radomiu jest osobą prawną, spółką prawa handlowego prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą i wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000301616. Nie ulega zatem wątpliwości, iż posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu powoływanego powyżej art. 4 pkt 1 *ustawy o ochronie (...)*. Oznacza to, że przy wykonywaniu działalności gospodarczej Przedsiębiorca podlega rygorom określonym w *ustawie o ochronie (...)*. Tym samym więc jego działania mogą podlegać ocenie w aspekcie naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Powołany wyżej przepis art. 24 ust. 2 *ustawy o ochronie (...)* zawiera w punktach 1 - 3 przykładowe wyliczenie praktyk, zakazanych przez ustawodawcę. Katalog ten precyzuje, że praktykami naruszającymi zbiorowe interesy konsumentów są w szczególności: stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umownych uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ *Kodeksu*

postępowania cywilnego, nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji oraz naruszenia szeroko ujmowanych praw konsumenta do informacji. A zatem kolejne punkty art. 24 ust. 2 *ustawy o ochronie (...)* dookreślają klauzulę generalną wyrażoną na początku tego przepisu, poprzez egzemplifikację najczęściej występujących rodzajów praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Jak już zasygnalizowano powyżej, aby możliwe było stwierdzenie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów niezbędne jest wykazanie łącznego spełnienia dwóch przesłanek, tj.:

- działania przedsiębiorcy muszą nosić znamiona bezprawności,
- działania te muszą naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Przesłanka bezprawności

Odnosząc się do pierwszej z przesłanek art. 24 ust. 2 *ustawy o ochronie (...)*, tj. bezprawności działań przedsiębiorcy, stwierdzić należy, iż pojęcie bezprawności nie jest pojęciem prawnie zdefiniowanym. Należy zatem przyjąć, zgodnie z literalnym jego brzmieniem, że „działanie bezprawne” to takie zachowanie, które jest sprzeczne z nakazem lub zakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednie zastosowanie w stosunkach wewnętrznych oraz z zasadami współżycia społecznego (dobrymi obyczajami). Chodzi tu mianowicie o sprzeczność z szeroko rozumianym porządkiem prawnym, jako całością. Bezprawność jest czynnikiem o charakterze obiektywnym, tj. nie zależy od wystąpienia szkody, ani zamiaru po stronie przedsiębiorcy dopuszczającego się działań bezprawnych. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga natomiast kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego.

Podobnie Sąd Okręgowy w Warszawie - Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej w skrócie „SOKiK”) zwrócił uwagę, iż przepisy *ustawy o ochronie (...)* nie definiują pojęcia bezprawności działań przedsiębiorcy. SOKiK stwierdził, iż art. 23a ust. 1 *ustawy o ochronie (...)* z 15 grudnia 2000 r. – którego odpowiednikiem w *ustawie o ochronie (...)* z dnia 16 lutego 2007 r. jest art. 24 ust. 2 – nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, lecz powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. W związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw, gdyż dopiero na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem. *Ustawa o ochronie (...)* jedynie w jednym przypadku wprost identyfikuje działanie przedsiębiorcy jako bezprawne – dotyczy to mianowicie działania polegającego na stosowaniu postanowień wzorców umownych uznanych za niedozwolone i wpisanych do Rejestru prowadzonego przez Prezesa Urzędu².

Przedmiotem niniejszego postępowania jest wykazanie, że zakwestionowane przez Prezesa Urzędu działania Przedsiębiorcy są niezgodne z przepisami art. 3 ust. 1 i art. 2 ust. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, w wyniku czego doszło do naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 *ustawy o ochronie (...)*.

Podkreślenia wymaga w tym miejscu, że praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 *ustawy o ochronie (...)*, może być każde zachowanie (działanie, zaniechanie) przedsiębiorcy, jeśli ma ono charakter bezprawny

² Por.: wyroki Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 23 czerwca 2006 r. (sygn. akt: XVII Ama 32/05) oraz z dnia 25 marca 2004 r. (sygn. akt: XVII Ama 51/03).

oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów. Wskazane w przepisie art. 24 ust. 2 *ustawy o ochronie (...)* – przedstawionym już na wstępie uzasadnienia prawnego niniejszej decyzji - rodzaje praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów mają jedynie charakter przykładowy. Natomiast nie wyczerpują one wszystkich zachowań przedsiębiorców, które mogą zostać zakwalifikowane jako naruszające przepis art. 24 ust. 2 *ustawy o ochronie (...)*. Oprócz praktyk wskazanych bezpośrednio przez ustawodawcę w analizowanym przepisie *ustawy o ochronie (...)*, „za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów można uznać zachowania naruszające przepisy innych ustaw, które nakładają na przedsiębiorcę określone obowiązki względem konsumenta. Zdaniem Sądu Najwyższego zachowania takie (...) stanowią bowiem jednocześnie zachowania bezprawne i skutkują zniesieniem, ograniczeniem lub zniekształceniem praw konsumentów, wpływając tym samym na chronioną przez przepis obowiązującego prawa sferę ich interesów”³.

W świetle stanu faktycznego ustalonego i przedstawionego w niniejszej decyzji nie ulega wątpliwości, iż Przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych WLR poza lokalem przedsiębiorstwa. W tym stanie rzeczy działania Przedsiębiorcy będące przedmiotem niniejszej sprawy podlegają reżimowi *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*. Ustawa ta obejmuje bowiem ochroną konsumentów w takich stosunkach umownych z profesjonalistami, które z uwagi na miejsce i sposób ich zawarcia mogą stwarzać zagrożenie dla interesów konsumentów. Jedną z dwóch postaci umów objętych reżimem ochronnym tej *ustawy* są umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa. Umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa to szczególna postać umowy, znamieną atypowym miejscem jej zawarcia. Zawarcie umowy w takim miejscu wprowadza dla konsumenta element ryzyka, z uwagi na wiążące się z nim utrudnienia w rzetelnej ocenie warunków umowy i jej przedmiotu, dezorientację klienta, łatwość manipulacji konsumentem nienastawionym na kontakt handlowy, a także ograniczenie swobody ukształtowania jego woli i jej wyrażenia – co stanowi zagrożenie zarówno dla świadomego uczestnictwa konsumenta w rynku, jak i dla jego prywatności⁴.

Mając powyższe na uwadze należy zatem ocenić, czy obowiązki Przedsiębiorcy i uprawnienia konsumentów wynikające z *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* są przestrzegane. Uprawnienia konsumentów, którzy zawarli umowę poza lokalem przedsiębiorstwa określa art. 2 tej *ustawy*. Konsument, który zawarł przedmiotową umowę może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie, w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem (tak: art. 2 ust. 1 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*). Nie jest dopuszczalne zastrzeżenie, że konsumentowi wolno odstąpić od umowy za zapłatą oznaczonej sumy – odstępnego (tak: art. 2 ust. 2 tej *ustawy*). Niemniej jednak, aby konsument mógł skutecznie skorzystać z powyższego uprawnienia musi najpierw zostać poinformowany przez przedsiębiorcę na piśmie o tym, że przysługuje mu przedmiotowe prawo. Zgodnie bowiem z art. 3 ust. 1 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, przedsiębiorca, który zawarł z konsumentem umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, powinien przed jej zawarciem poinformować go na piśmie o prawie odstąpienia od umowy w ww. terminie, wynikającym z art. 2 ust. 1, i wręczyć konsumentowi wzór oświadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem swojego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresem zamieszkania (siedziby). Ponadto przedsiębiorca jest obowiązany również wręczyć konsumentowi pisemne potwierdzenie

³ Por.: uchwała Sądu Najwyższego z dnia 13 lipca 2006 r. (sygn. akt: III SZP 3/06).

⁴ Por.: E. Łętowska, *Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów. Komentarz*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2001, str. 26 - 27.

zawarcia umowy, stwierdzające jej datę i rodzaj oraz przedmiot świadczenia i cenę (tak: art. 3 ust. 1 tej ustawy). Konsument, na żądanie przedsiębiorcy, powinien poświadczyć na piśmie, że został poinformowany o prawie odstąpienia i że otrzymał wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy (tak: art. 3 ust. 2 tej ustawy).

W niniejszej sprawie – z uwagi na zawarty w piśmie Przedsiębiorcy z dnia 21 maja 2013 r. argument, iż na podstawie art. 5 pkt 1) *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* nie ma on obowiązku stosowania części jej przepisów - niezbędne jest ustalenie, czy do umów zawieranych przez Przedsiębiorcę poza lokalem przedsiębiorstwa znajdują zastosowania przepisy tej ustawy.

Stosownie do treści art. 5 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, przepisów o umowach zawieranych z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa nie stosuje się do umów:

- 1) o charakterze ciągłym lub okresowym, zawieranych na podstawie oferty sprzedaży lub przez odwołanie się do ogłoszeń, reklam, cenników i innych informacji skierowanych do ogółu albo do poszczególnych osób, jeżeli konsument mógł uprzednio zapoznać się z treścią otrzymanej oferty lub informacji pod nieobecność drugiej strony umowy, a zarazem w tej ofercie lub informacji, jak i w umowie zastrzeżono prawo konsumenta do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od dnia jej zawarcia;
- 2) sprzedaży artykułów spożywczych dostarczanych okresowo przez sprzedawcę do miejsca zamieszkania konsumenta;
- 3) powszechnie zawieranych w drobnych bieżących sprawach życia codziennego, o wartości przedmiotu umowy do równowartości 10 EURO;
- 4) o prace budowlane;
- 5) dotyczących nieruchomości, z wyłączeniem usług remontowych;
- 6) ubezpieczenia, w tym o członkostwo w otwartych funduszach emerytalnych, oraz reasekuracji;
- 7) dotyczących papierów wartościowych oraz jednostek uczestnictwa w funduszach powierniczych i inwestycyjnych (usługi inwestycyjne).

Z uwagi na przedmiot umów zawieranych przez Przedsiębiorcę z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa (tj. świadczenie usług telekomunikacyjnych), w niniejszej sprawie nie znajdują zastosowania wyłączenia przewidziane w art. 5 pkt 2 – 7 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*. Konieczne jest natomiast dokonanie analizy, czy do przedmiotowych umów znajduje zastosowanie wyłączenie przewidziane w art. 5 pkt 1 tej ustawy.

W myśl art. 5 pkt 1 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, przepisów o umowach zawieranych z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa nie stosuje się do umów:

- a) o charakterze ciągłym lub okresowym,
- b) zawieranych na podstawie oferty sprzedaży lub przez odwołanie się do ogłoszeń, reklam, cenników i innych informacji skierowanych do ogółu albo do poszczególnych osób,
- c) jeżeli konsument mógł uprzednio zapoznać się z treścią otrzymanej oferty lub informacji pod nieobecność drugiej strony umowy,
- d) a zarazem w tej ofercie lub informacji, jak i w umowie, zastrzeżono prawo konsumenta do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni od dnia jej zawarcia.

Powyższe wyłączenie określonej kategorii umów spod reżimu ochronnego umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa jest wzorowane na art. 3 ust. 1 dyrektywy 85/577/WE w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów

zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa (Dz. U. UE. L.85.372.31). Jego wprowadzenie motywowane było brakiem potrzeby ochrony konsumenta z uwagi na odpadnięcie elementu zaskoczenia lub deficytu informacji (zawarcie umowy na podstawie oferty sprzedaży lub przez odwołanie się do ogłoszeń, reklam, cenników i innych informacji, jeżeli konsument mógł uprzednio zapoznać się z treścią otrzymanej oferty lub informacji pod nieobecność drugiej strony umowy). Zagrożenie dla konsumenta wywołane atypowym miejscem zawarcia umowy ulega zmniejszeniu z uwagi na stałość kontaktów, czy też uprzednie przesłanie konsumentowi oferty, ogłoszenia, reklamy, cennika, katalogu lub innej informacji będącej przejawem *invitatio ad offerendum* (zaproszenia do zawarcia umowy) czy *invitatio ad negotiatonem* (zaproszenia do negocjacji).⁵

Z ustaleń stanu faktycznego niniejszej sprawy wynika jednoznacznie, że Przedsiębiorca zawiera z konsumentami umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych WLR poza lokalem przedsiębiorstwa w wyniku nieoczekiwanej przez konsumenta wizyty przedstawiciela Przedsiębiorcy w miejscu jego prywatnego pobytu, w absolutnej większości przypadków w mieszkaniu konsumenta.

W ocenie Prezesa Urzędu nie ulega wątpliwości, że takie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawierane przez Przedsiębiorcę z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa mają charakter ciągły. Na ich podstawie Przedsiębiorca zobowiązuje się do stałego i nieprzerwanego dostarczania usług telekomunikacyjnych przez czas określony w umowie, konsument zaś do regularnego uiszczania opłat abonamentowych przez okres trwania umowy.

Niemniej jednak, z ustaleń Prezesa Urzędu wynika, że umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych WLR zawierane przez Przedsiębiorcę z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa nie są zawierane na podstawie oferty sprzedaży lub przez odwołanie się do ogłoszeń, reklam, cenników i innych informacji skierowanych do ogółu albo do poszczególnych osób. Jak stwierdzono powyżej umowy takie są zawierane w wyniku nieoczekiwanej przez konsumenta wizyty przedstawiciela Przedsiębiorcy w miejscu zamieszkania konsumenta. W konsekwencji konsument nie może uprzednio zapoznać się z treścią otrzymanej oferty lub informacji pod nieobecność drugiej strony umowy.

W nawiązaniu do powyższego stwierdzić należy, iż dostępność stosowanych przez Przedsiębiorcę wzorców umowy, w tym *Regulaminu* na stronie internetowej lub w biurach obsługi klienta, nie może prowadzić do wniosku, że przedmiotowe umowy zawierane są na podstawie oferty sprzedaży lub przez odwołanie się do ogłoszeń, reklam, cenników i innych informacji skierowanych do ogółu albo do poszczególnych osób. W szczególności możliwość zapoznania się przez konsumentów dysponujących dostępem do Internetu z ww. informacjami zamieszczonymi na stronie internetowej Przedsiębiorcy nie oznacza, że konsumenci zawierają z nim umowy odwołując się do przedmiotowych informacji. Nie budzi również wątpliwości, że nie wszyscy konsumenci, którzy zawierają z Przedsiębiorcą umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, posiadają dostęp do Internetu. Zamieszczenie stosowanych dokumentów w sieci Internet, czy też ich wyłożenie lub udostępnienie w biurach obsługi klienta samo w sobie nie zmniejsza zagrożeń dla konsumenta spowodowanych nietypowym miejscem zawierania umowy, takich jak utrudnienia przy dokonywaniu racjonalnego osądu, czy brak dostępu do informacji na temat ofert konkurentów. Warto ponownie podkreślić, iż źródłem ryzyka dla konsumenta w umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa jest przede wszystkim czynnik zaskoczenia, którego nie eliminuje w żaden sposób fakt udostępniania przez Przedsiębiorcę informacji na stronie internetowej lub w biurach obsługi klienta.

⁵ Por.: E. Łętowska, *Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów. Komentarz*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2001, str. 45 - 46.

Wobec powyższego przyjąć należy, że konsumenci zawierający z Przedsiębiorcą umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych WLR poza lokalem przedsiębiorstwa, nie mieli możliwości uprzedniego zapoznania się z treścią otrzymanej oferty lub informacji pod nieobecność drugiej strony umowy (Przedsiębiorcy, jego przedstawicieli – agentów). W konsekwencji zatem konsumenci nie zawierali i nie zawierają nadal przedmiotowych umów na podstawie oferty sprzedaży lub przez odwołanie się do ogłoszeń, reklam, cenników i innych informacji skierowanych do ogółu albo do poszczególnych osób.

W opinii Prezesa Urzędu określony w art. 5 pkt 1 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* wymóg, aby konsument mógł uprzednio zapoznać się z treścią otrzymanej oferty lub informacji pod nieobecność drugiej strony umowy nie dotyczy potencjalnej możliwości zapoznania się z materiałami zawierającymi ofertę przedsiębiorcy, lecz możliwości faktycznej. Aby zaś konsument miał realną możliwość zaznajomienia się z ofertą, w dodatku pod nieobecność przedstawiciela handlowego działającego w imieniu Przedsiębiorcy, powinien otrzymać od niego stosowne informacje nie bezpośrednio przed zawarciem umowy, lecz z odpowiednim wyprzedzeniem, dającym mu stosowny czas do namysłu. W art. 5 pkt 1 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* mowa jest bowiem o uprzednim (a zatem poprzedzającym etap zawarcia umowy) zapoznaniu się przez konsumenta z otrzymaną od przedsiębiorcy ofertą lub informacją (zatem taką ofertą lub informacją, która faktycznie trafiła do konsumenta). Jednocześnie, skoro w myśl analizowanego przepisu konsument powinien mieć możliwość zapoznania się z ofertą pod nieobecność drugiej strony umowy, w praktyce nie jest możliwe, aby otrzymanie przez konsumenta oferty oraz zawarcie na jej podstawie umowy mogło nastąpić podczas jednej i tej samej wizyty przedstawiciela Przedsiębiorcy.

Podobne stanowisko w przedstawionej wyżej materii zajął Sąd Apelacyjny w Warszawie w wyroku z dnia 27 maja 2010 r. (sygn. akt: VI ACa 1396/09), wywodząc co następuje: „zamieszczenie regulaminów, cenników i ofert w Internecie oraz dostępność tych materiałów w biurze powódki stwarza tylko okazję do zapoznania się z tymi materiałami, stanowi o stworzeniu sprzyjających okoliczności umożliwiających zapoznanie się z materiałami. Natomiast stworzenie takich okazji, sprzyjających okoliczności nie daje podstawy do ustalenia, że konsument mógł uprzednio zapoznać się z treścią otrzymanej oferty lub informacji pod nieobecność drugiej strony umowy. Celem przedmiotowej regulacji (...) jest zapewnienie konsumentowi realnej możliwości zapoznania się z ofertą do niego kierowaną tak, aby miał on czas na jej ocenę, w tym także na dokonanie ewentualnego porównania skierowanej do niego oferty z innymi ofertami znajdującymi się na rynku”.

Tymczasem możliwość zapoznania się z ofertą Przedsiębiorcy następuje dopiero z chwilą wizyty jego przedstawiciela handlowego w mieszkaniu konsumenta. Skoro zatem do zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych WLR poza lokalem przedsiębiorstwa dochodzi na skutek jednej wizyty przedstawiciela Przedsiębiorcy w miejscu zamieszkania konsumenta, to nie ma on możliwości zapoznania się z przedłożoną mu ofertą podczas nieobecności drugiej strony umowy.

Mając powyższe na uwadze przyjąć należy, że w przedmiotowej sprawie nie doszło do kumulatywnego spełnienia przesłanek określonych w art. 5 pkt 1 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*. W konsekwencji zatem działania Przedsiębiorcy podlegają reżimowi *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*.

Ocena działań Przedsiębiorcy objętych punktem I.1) sentencji decyzji

Bezprawność praktyki przypisanej Przedsiębiorcy w punkcie I.1) sentencji decyzji polega na niedopełnieniu obowiązków wynikających z art. 3 ust. 1 *ustawy o ochronie*

niektórych praw konsumentów, poprzez nieinformowanie konsumentów, przed zawarciem z nimi umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, o prawie do odstąpienia od umowy oraz zaniechanie wręczenia konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu.

Podkreślenia wymaga ponownie, iż zgodnie z art. 3 ust. 1 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* przedsiębiorca ma obowiązek przed zawarciem umowy poinformować konsumenta na piśmie o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia oraz wręczyć mu wzór oświadczenia o odstąpieniu z oznaczeniem swojego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresem zamieszkania (siedziby). Obowiązek ten konkretyzuje się poprzez udzielenie konsumentowi informacji o istnieniu i długości trwania prawa odstąpienia od umowy oraz wręczenie gotowego wzoru odstąpienia od umowy, z oznaczeniem umożliwiającym identyfikację przedsiębiorcy wraz z jego adresem, a nie tylko wskazaniem siedziby w rozumieniu prawa cywilnego⁶. Celem nakazania przedsiębiorcom zawierającym umowy poza lokalem przedsiębiorstwa wręczenia oświadczenia o odstąpieniu od tego typu umów było ułatwienie konsumentom skorzystania z prawa odstąpienia od umowy. To, że ustawodawca nakłada na przedsiębiorcę zwiększony obowiązek informacyjny ma wyrównać zakres informacji, jakimi dysponuje profesjonalista i konsument, który powinien zostać poinformowany o przysługującym mu uprawnieniu do odstąpienia od umowy i nie mieć problemów z jasnym sformułowaniem swojej decyzji. Obowiązek wręczenia takiego dokumentu powoduje, że konsument nie musi zastanawiać się ani nad treścią, czy formą takiego oświadczenia, ani nad przysługującym mu prawem odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Minimalne wymogi wręczenia konsumentowi wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy spełnia umowa, w której wzorzec taki zamieszcza się poniżej ogólnych warunków sygnowanych przez konsumenta. Takie graficzne wyodrębnienie tego oświadczenia, którego odebranie jest częstokroć w praktyce dodatkowo poświadczane przez konsumenta własnoręcznym podpisem, niweluje wrażenie ukrywania przed konsumentem informacji dotyczących tego uprawnienia.

Jak już wykazane zostało w niniejszej decyzji, zawarcie umowy przez Przedsiębiorcę poza lokalem przedsiębiorstwa związane jest z nieoczekiwaną wizytą jego przedstawicieli handlowych w miejscu zamieszkania konsumentów. Taki sposób zawierania umów powodować może dezorientację konsumenta, jego nieumiejętność rzetelnej oceny warunków umowy i jej przedmiotu, łatwość manipulacji konsumentem nie nastawionym na kontakt handlowy, ograniczenie ukształtowania jego woli i jej wyrażenia, co jest zagrożeniem dla jego świadomego uczestnictwa w rynku, a także zagrożeniem jego prywatności. Dążąc do zagwarantowania konsumentom ochrony przed negatywnymi skutkami umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa ustawodawca ustanowił określone instrumenty prawne, przyznając konsumentowi prawo odstąpienia od umowy bez podania przyczyn, w terminie 10 dni od jej zawarcia. Jednocześnie obciążył przedsiębiorcę obowiązkiem poinformowania o tym uprawnieniu na piśmie, przed zawarciem umowy i wręczenia odpowiedniego wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Ustawowy termin 10 dni do odstąpienia od umowy pozwala konsumentowi na spokojne zapoznanie się z warunkami umowy, w szczególności ich przeanalizowanie pod kątem własnych potrzeb i możliwości finansowych, a tym samym podjęcie decyzji co do związania się lub nie zawartą umową. Celem ww. regulacji jest więc niewątpliwie ochrona konsumenta przed pochopnym zawieraniem umów, często pod wpływem sugestii i argumentów przedsiębiorcy.

W ocenie Prezesa Urzędu, nie może budzić wątpliwości, że wskutek zaniechania Przedsiębiorcy konsument może zostać pozbawiony możliwości skorzystania z jednego

⁶ Por.: E. Łętowska, *Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów. Komentarz*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2001, str. 40 – 41.

z najważniejszych uprawnień, przyznanych przez *ustawę o ochronie niektórych praw konsumentów* w przypadku zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa. Zaniechanie Przedsiębiorcy może uniemożliwić konsumentowi skorzystanie z tego uprawnienia nie tylko w terminie 10 dni od zawarcia takiej umowy, ale również w terminie określonym w art. 4 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*. Zgodnie z tym przepisem, jeżeli konsument nie został poinformowany na piśmie o prawie odstąpienia od umowy może odstąpić od umowy w terminie 10 dni od uzyskania informacji o prawie odstąpienia, jednak nie może tego uczynić po upływie 3 miesięcy od wykonania umowy. Nie można więc wykluczyć, że wskutek braku pisemnej informacji i nieotrzymania wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, konsument nie uzyska tej informacji również z innego źródła, przez co nie będzie w stanie złożyć odpowiedniego oświadczenia w terminie 3 miesięcy od wykonania umowy. Naruszenie przez Przedsiębiorcę obowiązku wyrażonego w art. 3 ust. 1 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* może zatem prowadzić do sytuacji, w której konsument, nie znając swoich praw, nie będzie miał możliwości podjęcia decyzji o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, nawet w terminie wskazanym w art. 4 tej *ustawy*.

Z ustaleń Prezesa Urzędu dokonanych w toku postępowania prowadzonego w niniejszej sprawie wynika, że pomimo zawierania umów z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa, Przedsiębiorca nie informuje konsumentów przed zawarciem z nimi umów o prawie odstąpienia od umowy i nie wręcza im wzoru oświadczenia o odstąpieniu.

W tym zakresie nie zasługuje na uwzględnienie podniesiona przez Przedsiębiorcę argumentacja, iż nie stosował on praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a zwłaszcza, że informował konsumentów o przysługującym prawie do odstąpienia oraz wręczał im wzór oświadczenia o odstąpieniu, do odmiennych wniosków prowadzi bowiem analiza materiału dowodowego zgromadzonego w niniejszej sprawie.

Z ustaleń Prezesa Urzędu zawartych w opisie stanu faktycznego niniejszej sprawy wynika, że przy zawieraniu z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych WLR poza lokalem przedsiębiorstwa, Przedsiębiorca jedynie w *Regulaminie* zamieścił jedno postanowienie, które nakłada na jego przedstawicieli handlowych określone obowiązki związane z zawieraniem tego rodzaju umów, m.in. dotyczące informowania konsumenta o prawie odstąpienia od umowy. Niemniej jednak zawarta w *Regulaminie* informacja w tym zakresie - na skutek zastosowania bardzo nieczytelnego sposobu i formy oraz niewłaściwego miejsca jej zamieszczenia - zniechęca do jej odczytania, a nawet go utrudnia. W przypadku zaś osób starszych, którzy stanowią przeważającą część klientów przedsiębiorcy jako osoby przyzwyczajone do korzystania z telefonii stacjonarnej, wręcz uniemożliwia zapoznanie się z przedmiotową informacją. Jednocześnie Przedsiębiorca nie stosuje żadnej innej pisemnej formy informacji w analizowanym zakresie, co zostało także potwierdzone przez niego w trakcie postępowania prowadzonego w niniejszej sprawie oraz wynika z analizy wszystkich dokumentów stosowanych przez Przedsiębiorcę przy zawieraniu z konsumentami umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych WLR poza lokalem przedsiębiorstwa. Również Przedsiębiorca, na wezwanie Prezesa Urzędu, nie był w stanie przedstawić żadnego pisemnego potwierdzenia konsumenta otrzymania przez niego informacji o prawie do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz wzoru oświadczenia o odstąpieniu. Skutkiem takiego zachowania Przedsiębiorcy może być pozbawienie konsumentów możliwości skorzystania z przysługującego im uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

Ponadto na podstawie – szczegółowo opisanej w ramach ustaleń faktycznych niniejszej decyzji - analizy wszystkich dokumentów przedłożonych przez Przedsiębiorcę w trakcie

postępowania prowadzonego w niniejszej sprawie, które były przez niego stosowane przy zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorstwa, Prezes Urzędu ustalił, iż w rzeczywistości Przedsiębiorca nie stosował jakiegokolwiek wzoru oświadczenia o odstąpieniu od tego rodzaju umów. Z żadnego z tych dokumentów, na które składają się *Regulamin*, *formularz umowy*, cenniki usług, oświadczenie o rozwiązaniu umowy abonenckiej z dotychczasowym operatorem telekomunikacyjnym oraz regulaminy poszczególnych promocji oferowanych przez Przedsiębiorcę, nie wynika bowiem, aby Przedsiębiorca doręczał konsumentowi wzór oświadczenia o odstąpieniu. Do podobnych wniosków prowadzi - opisana w ustaleniach faktycznych niniejszej decyzji - analiza innych dokumentów, stosowanych przez Przedsiębiorcę w kontaktach z „partnerami zewnętrznymi”, czyli agentami zawierającymi na jego rzecz i w jego imieniu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych WLR poza lokalem przedsiębiorstwa. Wynika z nich bowiem, iż agenci Przedsiębiorcy nie byli zobowiązani do przedstawiania konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej za ich pośrednictwem poza lokalem przedsiębiorstwa, ani żadnej innej informacji związanej z tego rodzaju umowami.

Podkreślenia wymaga również, iż w trakcie całego postępowania prowadzonego w niniejszej sprawie Przedsiębiorca nie był w stanie przedstawić żadnego oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych WLR poza lokalem przedsiębiorstwa, złożonego na rzekomo przygotowanych przez niego wzorach oświadczeń o odstąpieniu. W tym zakresie przeanalizowano blisko trzy i pół tysiąca pism (oświadczeń) konsumentów o odstąpieniu od umowy zawartej z Przedsiębiorcą poza lokalem przedsiębiorstwa, przedstawionych przez niego na wezwanie Prezesa Urzędu, i nie stwierdzono istnienia jakiegokolwiek oświadczenia założonego na przedmiotowych wzorach.

W nawiązaniu do przedstawionych powyżej ustaleń i wniosków warto zauważyć dodatkowo, że w trakcie postępowania w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Przedsiębiorca kategorycznie przyjmował, iż nie ma obowiązku stosowania art. 3 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, w tym wręczania konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, ponieważ w jego przypadku zastosowanie znajduje przepis art. 5 pkt 1) tej *ustawy*, wyłączający przedmiotowe obowiązki. Przedmiotowe stanowisko Przedsiębiorcy nie zasługuje na uwzględnienie, co zostało jednoznacznie wykazane przez Prezesa Urzędu w treści niniejszej decyzji. Niemniej jednak przyjęte przez Przedsiębiorcę stanowisko w tym zakresie potwierdza dokonane powyżej ustalenia, z których wynika, że Przedsiębiorca nie informował konsumentów o przysługującym im prawie do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, jak również nie doręczał konsumentom wzoru odstąpienia od umowy. Jak z powyższego wynika Przedsiębiorca uznawał bowiem, że nie jest zobowiązany do stosowania przepisów *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, w tym również jej art. 3, ponieważ łączące go z konsumentami stosunki prawne podlegają wyłączeniu spod rygorów tej *ustawy* na podstawie jej art. 5 pkt 1).

Dokonane powyżej ustalenia i wnioski w zakresie niewykonywania przez Przedsiębiorcę obowiązków wynikających z art. 3 ust. 1 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* potwierdzają również napływające do Prezesa Urzędu skargi, zawiadomienia i pisma konsumentów oraz rzeczników konsumentów. Wskazywali oni przykładowo:

- „Nie zostałem poinformowany o terminie w którym mam prawo odstąpić od umowy (...)”;
- „Nagminnie stosowaną praktyką przez pracowników ww. Firmy jest (...) nieinformowanie konsumentów o przysługującym im prawie do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem

przedsiębiorcy, (...) „ofiarami”, „poszkodowanymi” ww. praktyk padają zwłaszcza osoby starsze, samotne, renciści, emeryci. (...) wielokrotnie przedmiotem podejmowanych przez tut. Rzecznika interwencji i wystąpień”;

- *„po spotkaniu z przedstawicielem chciałem przeczytać umowę lecz niestety nie, mogłem ją przeczytać po podpisaniu”;*
- *„Przedstawiciel nie udzielił informacji ani nie dał mi pisma wzoru odstąpienia od umowy (...);*
- *„Na podstawie analizy dokumentów przedstawionych przez wskazane na wstępie osoby należy stwierdzić, że wymogi wynikające z powyższych przepisów nie zostały przez Państwa przedstawicieli wypełnione – żadna z wymienionych osób nie otrzymała wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy (...) otrzymały one jedynie kopię zawartej umowy (...), bez regulaminu wykonywania usługi, w którym zostały zapisane przysługujące im uprawnienia”;*
- *„Sprawa (...) dotyczyła braku doręczenia konsumentowi przez przedstawiciela operatora umowy oraz innych wymaganych prawem dokumentów. W dostarczonej na mój wniosek przez tego przedsiębiorcę dokumentacji, brak jest wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa”;*
- *„Nie otrzymałam od przedstawiciela MNI Telecom S. A. wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy (...);*
- *„Tak więc firma MNI Telecom S. A. wprowadziła mnie w błąd, nie zostałam poinformowana o możliwości rezygnacji, ani nie dostarczyła wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy (...);*
- *„Konsumentka winna zostać poinformowana o przysługującym Jej prawie do odstąpienia od umowy w ciągu 10 dni od jej zawarcia. Formą właściwą dla realizacji tego obowiązku (...) jest przekazanie pisemnego oświadczenia o prawie do odstąpienia od umowy przed jej zawarciem. Z informacji przekazanych przez Konsumentkę wynika, iż Państwa przedstawiciel nie dopełnił tego obowiązku”;*
- *„Zaznaczam, że nie otrzymałam od Mni Telecom S. A. wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy telekomunikacyjnej zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa”;*
- *„przed podpisaniem w/w umowy nie zostałam poinformowana o możliwości odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od daty jej podpisania i nie przedłożono mi wzoru odstąpienia od umowy”;*
- *„Tymczasem Pani (...) nie tylko nie została poinformowana o takim uprawnieniu, ale również nie wręczono jej wzoru odstąpienia od umowy”;*
- *„Zaświadczam, że nigdy wcześniej nie otrzymałam od przedstawiciela MNI TELECOM S. A. wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy telekomunikacyjnej zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w dacie jej zawarcia lub w terminie późniejszym, ani też nie zostałam powiadomiona o takiej możliwości odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od daty podpisania umowy”;*
- *„Ponadto nie otrzymałem na piśmie informacji o przysługującym mi prawie do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, ani też wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy”;*
- *„Dodatkowo informuję, że nie otrzymałam na piśmie informacji o prawie do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz wzoru oświadczenia o odstąpieniu, a także nie doręczono mi regulaminu świadczenia usług i regulaminu promocji”;*

- „Nienależyte wywiązywanie się z obowiązku przedstawienia konsumentom przed zawarciem umowy pisemnej informacji o prawie do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz nie doręczanie wzoru odstąpienia od takiej umowy”;
- „Nie otrzymałam wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, wobec czego odstępuję od umowy w terminie 10 dni od uzyskania informacji o prawie odstąpienia (...)”;
- „W wypadku pierwszej ze spraw pracownik działający na rzecz Operatora w ogóle nie poinformował konsumenta na temat przysługującego mu uprawnienia w zakresie możliwości odstąpienia od umowy w terminie 10 dni (...)”;
- „(...) widząc że jest osobą starszą, która mieszka sama i nie ma się kogo poradzić, (80 lat), ma problemy z oczami i nie dowidzi o czym poinformowała przedstawiciela nie dając rady przeczytać umowy napisanej tak drobnym drukiem, on wykorzystał ten fakt i nie poinformował jej, że może odstąpić od tej umowy i jaki ma na to czas (...)”;
- „Łamaniu przepisów art. 3 ustawy (...) – brak przekazania na piśmie, przed zawarciem umowy informacji o prawie do odstąpienia od umowy, zaniechanie przekazania wzoru odstąpienia od umowy (...). Z uwagi na to, że zdecydowana większość skarżących to osoby starsze lub mające problem ze sprawnym formułowaniem myśli (takie osoby padały ofiarą opisanych wyżej praktyk) (...) w załączeniu przekazuję dokumentację opisanych wyżej 21 skarg konsumentów (...)”, które Rzecznik załączył do swojego pisma;
- „Nie otrzymałam także prawdziwych informacji o moim prawie do odstąpienia od umowy – powiedziano mi, że będę mogła to zrobić w każdej chwili bez żadnych konsekwencji finansowych. Nie otrzymałam wzoru odstąpienia od umowy, ani pisemnego potwierdzenia jej zawarcia”;
- „(...) nie pouczył mnie także o moim prawie do odstąpienia od umowy ani nie wręczył wzoru takiego odstąpienia, przez co nie miałem świadomości, że z takiego prawa mogę w ogóle skorzystać (...). Mieszkam samotnie z żoną. Jesteśmy starszymi, ponad siedemdziesięcioletnimi osobami (...)”;
- „(...) przypominam, że w trakcie zawierania umów Nasi Mieszkańcy nie byli pouczani o swoich prawach dotyczących odstąpienia od umowy (...)”;
- „(...) w latach 2012 – 2013 do Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Gorlicach wpływały skargi dotyczące niedopełnienia przez MNI Telecom S. A. obowiązków wynikających z art. 3 ust. 1 ustawy (...) wpłynęło 16 spraw pisemnych (...)”, które Rzecznik załączył do swojego pisma;
- „Sprawy znak: OK.732.77.2012.EK, OK.732.75.2013.EK, OK.732.238.2012.EK, OK.732.261.2012.EK, OK.732.286.2012.EK, dotyczyły braku udzielenia na piśmie konsumentom przez przedstawiciela operatora informacji o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, jak również zaniechania wręczenia wzoru oświadczenia o odstąpieniu od tak zawartej umowy”, Rzecznik załączył je do swojego pisma;
- „(...) od Państwa przedstawiciela otrzymała jedynie umowę oraz Cennik, bez Regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych (...), jak również bez wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Pragnę zauważyć, że już niejednokrotnie spotkałam się z sytuacją, kiedy konsumenci zawierając z Państwem umowę, pomimo złożenia podpisu pod informacją o przekazaniu im wyżej wskazanych dokumentów, w rzeczywistości ich nie otrzymali od Państwa przedstawicieli”;
- „(...) w 2012 r. wpłynęły do mnie dwie skargi konsumentów dotyczące stosowania przez spółkę MNI Telecom S. A. praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w procesie zawierania umów oraz odstępowania od nich przez konsumentów w trybie przepisów ustawy (...)”;

- „(...) w roku 2012 wpłynęło do rzecznika 8 oświadczeń pisemnych dot. braku powiadomienia o możliwości odstąpienia od umowy w związku z jej zawarciem poza lokalem przedsiębiorstwa”;
- „W 2012 r. do Rzecznika wpłynęły dwie pisemne skargi dot. firmy MNI Telecom S. A. W obu przypadkach zarzuty dot. niewypełnienia przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych z ustawy (...). W szczególności zarzuty dot. braku pisemnej informacji przed zawarciem umowy o prawie do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni oraz zaniechania wręczenia konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu”;
- „Przedstawiciel MNI nie zostawił jej wzoru oświadczenia odstąpienia od umowy /firma MNI przesłała go dopiero w miesiącu wrześniu/ Podpis na oświadczeniu wydaje się wątpliwy. Ponadto pragnę zaznaczyć, że przedstawiciel firmy MNI nie poinformował mojej mamy o tym że w ciągu 10 dni może odstąpić od umowy. Wiedział o tym że mama nie może sama przeczytać warunków zawarcia umowy bo ma bardzo słaby wzrok o czym go poinformowała”.

Przedstawione powyżej fragmenty skarg, zawiadomień i pism konsumentów oraz rzeczników konsumentów jednoznacznie potwierdzają zatem, że Przedsiębiorca nie informował konsumentów, przed zawarciem z nimi umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych WLR poza lokalem przedsiębiorstwa, o przysługującym im prawie do odstąpienia od takiej umowy w terminie dziesięciu dni oraz nie wręczał im wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy. W ocenie Prezesa Urzędu takie działanie Przedsiębiorcy stanowi naruszenie art. 3 ust. 1 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*.

Zdaniem Prezesa Urzędu przedstawione powyżej ustalenia, dowody na ich poparcie oraz wynikające z nich wnioski pozwalają na stwierdzenie, że opisane w punkcie I.1) sentencji niniejszej decyzji działania Przedsiębiorcy są bezprawne w świetle art. 3 ust. 1 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, a tym samym wypełniają jedną z dwóch przesłanek uznania ich za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Ocena działań Przedsiębiorcy objętych punktem I.2) sentencji decyzji

Bezprawność praktyki zarzucanej Przedsiębiorcy w punkcie I.2) sentencji decyzji polega na nakładaniu przez niego obowiązków sprzecznych z art. 2 ust. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, poprzez obciążanie konsumentów karą umowną (odstępnym) za odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w przypadku odstąpienia przez konsumenta w terminie dziesięciu dni od zawarcia takiej umowy.

Jak już zasygnalizowano powyżej uprawnienia konsumentów, którzy zawarli umowy poza lokalem przedsiębiorstwa określa art. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*. Stosowanie do treści tego przepisu konsument, który zawarł umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie, w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem (tak: art. 2 ust. 1 *tej ustawy*). Nie jest dopuszczalne zastrzeżenie, że konsumentowi wolno odstąpić od umowy za zapłatą oznaczonej sumy – odstępnego (tak: art. 2 ust. 2 *tej ustawy*). Jeżeli konsument wykona uprawnienie do odstąpienia od umowy, taką umowę uważa się za niezawartą. Zgodnie z treścią art. 2 ust. 3 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, wykonanie przez konsumenta uprawnienia do odstąpienia od umowy wywiera skutek *ex tunc* (tj. z mocą wsteczną) w każdym przypadku, co rodzi po każdej ze stron obowiązek zwrotu tego co świadczyły. Konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. Językowa i funkcjonalna interpretacja powoływanych wyżej przepisów *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* prowadzi wprost do wniosku, że skorzystanie przez konsumenta z określonego w nich uprawnienia jest nieodpłatne.

Jedynym obowiązkiem nałożonym zarówno na przedsiębiorcę, jak i konsumenta, jest obowiązek zwrotu w stanie niezmienionym tego, co sobie wzajemnie świadczyli. Uprawnienie to zapewnia konsumentom możliwość ponownego przeanalizowania warunków zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa umowy oraz odstąpienia od niej po namyśle, pod nieobecność przedsiębiorcy oraz ze skutkiem polegającym na zwolnieniu z wszelkich zobowiązań.

Powyższe rozwiązanie stanowi implementację art. 5 ust. 2 *dyrektywy Rady Nr 85/577/WE z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa*, zgodnie z którym dokonanie zawiadomienia o odstąpieniu od umowy zwalnia konsumenta od jakichkolwiek zobowiązań wynikających z umowy. Jednocześnie *dyrektywa* w art. 7 pozostawia ustawodawstwu krajowemu swobodę w unormowaniu skutków takiego odstąpienia, w szczególności w zakresie zwrotu zapłaty za otrzymane towary lub świadczone usługi oraz zwrotu otrzymanych towarów. Polski ustawodawca przyjął założenie możliwie pełnej *restitutio ad integrum* (tj. przywrócenia stanu pierwotnego) co do wzajemnych świadczeń stron. A zatem, w przypadku realizacji przez konsumenta uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa zostaje on zwolniony z wszelkich zobowiązań, za wyjątkiem obowiązku zwrotu świadczenia, tj. uzyskanej rzeczy w stanie niezmienionym. W doktrynie bardzo wyraźnie podkreśla się również, że konsument nie jest obowiązany do zapłaty wynagrodzenia za korzystanie z rzeczy⁷. Z powyższych regulacji tym bardziej nie wynika zatem, aby przedsiębiorca mógł żądać od konsumenta korzystającego z przysługującego mu prawa do odstąpienia od umowy jakichkolwiek opłat, np. przyłączeniowych, instalacyjnych, aktywacyjnych, wyrównawczych oraz wszelkich innych. Co zresztą dobitnie potwierdza również treść analizowanego art. 2 ust. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, z którego *expressis verbis* wynika, iż przedsiębiorca nie może żądać od konsumenta zapłaty oznaczonej sumy (odstępnego) za odstąpienie przez niego od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. W przypadku usług telekomunikacyjnych konsument jest zobligowany jedynie do zwrotu ewentualnie zamontowanych urządzeń służących do korzystania z takich usług, np. dekodera, modemu - jeżeli oczywiście otrzymał je od przedsiębiorcy w związku z zawarciem umowy. Natomiast w żadnym razie nie można konsumenta obciążać zobowiązaniami z tytułu wymienionych przykładowo wyżej opłat. W przypadku odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa konsument jest zawsze zwolniony z tego rodzaju opłat.

Równocześnie, z całą stanowczością wykluczyć należy zastosowanie w takim przypadku przepisów dotyczących wykonywania zobowiązań z umów wzajemnych (art. 492 - art. 494 *Kodeksu cywilnego*), albowiem art. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* zawiera w tym przedmiocie całkowicie odrębne uregulowanie - jako *lex specialis* w stosunku do przepisów *Kodeksu cywilnego*. Zgodnie z przywołanymi powyżej przepisami *Kodeksu cywilnego*, strona, która odstępuje od umowy wzajemnej, obowiązana jest zwrócić drugiej stronie wszystko, co otrzymała od niej na mocy umowy. Może żądać nie tylko zwrotu tego, co świadczyła, lecz również naprawienia szkody wynikłej z niewykonania zobowiązania. Przedstawione powyżej stanowisko Prezesa Urzędu znajduje odzwierciedlenie w poglądach doktryny przyjmujących, że strony umowy wzajemnej zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa nie mogą domagać się, obok zwrotu tego co sobie świadczyły, także naprawienia szkody wynikającej z niewykonania zobowiązania⁸.

⁷ Por.: M. Jagielska, j.w., s. 563. oraz K. Szczygielska, *Odstąpienie od umowy zawartej na odległość w prawie niemieckim i polskim*, Kwartalnik Prawa Prywatnego 2003, Z. 2, str. 421.

⁸ Por.: W. Kocot, *Nowe zasady zawierania i wykonywania umów z udziałem konsumentów (I)*, Przegląd Prawa Handlowego 2000, Nr 11, str. 50.

Wobec powyższego nie zasługuje na uwzględnienie argumentacja Przedsiębiorcy, iż przepis art. 56 ust. 7 *Prawa telekomunikacyjnego* uprawnia go do obciążenia konsumenta wartością ulgi (w postaci opłaty wyrównawczej) jaka została mu przyznana w związku z zawarciem umowy. W ocenie Przedsiębiorcy wartość ulgi jest bowiem maksymalną wartością roszczenia operatora, zatem jest odszkodowaniem właściwym, a nie karą umowną albo odstępnym. Gdyby nawet poddać pod rozagę takie zupełnie błędne założenie Przedsiębiorcy, to zgodnie z powołanym wyżej stanowiskiem doktryny całkowicie wykluczona jest również możliwość obciążenia konsumenta obowiązkiem naprawienia szkody. Podkreślenia wymaga, iż niezależnie od charakteru roszczenia o zwrot ulgi przysługującego przedsiębiorcy telekomunikacyjnemu na podstawie art. 57 ust. 6 *Prawa telekomunikacyjnego*, przedsiębiorca nie może występować z takim roszczeniem w przypadku skutecznego odstąpienia konsumenta od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa – wobec jednoznacznej w tym zakresie dyspozycji przepisów art. 2 ust. 2 i 3 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*.

Niezależnie od powyższego - w celu dodatkowego uzasadnienia przyjętych powyżej wniosków - dokonano również analizy porównawczej regulacji art. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* oraz art. 395 § 2 *Kodeksu cywilnego* dotyczącego skutków umownego odstąpienia od umowy. Zgodnie z tym ostatnim przepisem, w razie wykonania prawa odstąpienia umowa uważana jest za niezawartą. To, co strony już świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Za świadczone usługi oraz za korzystanie z rzeczy należy się drugiej stronie odpowiednie wynagrodzenie. Przewidziane przez ustawodawcę skutki odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa oraz umownego prawa do odstąpienia od umowy są zbliżone, niemniej jednak występują pomiędzy nimi dwie istotne różnice. Wprawdzie w obu przypadkach umowa uważana jest za niezawartą, jednak w razie odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa dochodzi do zwolnienia konsumenta z wszelkich zobowiązań, co nie ma miejsca w przypadku umownego prawa odstąpienia. Ponadto ww. przepisy przewidują obowiązek zwrotu tego co strony już świadczyły, lecz w art. 395 § 2 *K.c.*, obok zwrotu świadczenia, ustawodawca przewidział dodatkowo obowiązek zapłaty odpowiedniego wynagrodzenia za świadczone usługi oraz korzystanie z rzeczy.

Przeniesienie powyższych rozważań na grunt niniejszej sprawy prowadzi do wniosku, iż w przypadku skutecznego odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, której przedmiotem jest świadczenie usług telekomunikacyjnych, konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań względem przedsiębiorcy, w tym z obowiązku uiszczenia różnego rodzaju opłat, np. przyłączeniowych, instalacyjnych, aktywacyjnych, wyrównawczych lub jakichkolwiek innych oraz zwrotu równowartości ulgi przyznanej przy zawieraniu umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Jak wykazane zostało powyżej, uprawnienie do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa przysługuje konsumentowi z mocy prawa i nie może być przez Przedsiębiorcę w żaden sposób ograniczane, ani modyfikowane na niekorzyść konsumenta. Innymi słowy, obciążanie konsumentów opłatami wyrównawczymi w przypadku odstąpienia przez nich od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, ma charakter bezprawny.

Z ustaleń Prezesa Urzędu dokonanych w toku postępowania prowadzonego w niniejszej sprawie wynika, że Przedsiębiorca obciążał konsumentów karą umowną (opłatą wyrównawczą) za odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w przypadku odstąpienia przez konsumenta w terminie dziesięciu dni od daty zawarcia takiej umowy.

W tym zakresie nie zasługuje na uwzględnienie podniesiona przez Przedsiębiorcę argumentacja, iż nie naliczał i nie żądał on żadnych opłat lub kar w przypadku skorzystania przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w tym również nie obciążał konsumentów opłatą wyrównawczą, do odmiennych wniosków prowadzi bowiem analiza materiału dowodowego zgromadzonego w niniejszej sprawie.

Po pierwsze podkreślenia wymaga, iż Przedsiębiorca sam przyznał, że w przypadku dwóch konsumentów - których dotyczyło wezwanie Prezesa Urzędu – naliczył opłaty za odstąpienie w terminie 10 dni od zawarcia tych umów poza lokalem przedsiębiorstwa, które określał jako opłata wyrównawcza. Przede wszystkim jednak stworzenie przez Przedsiębiorcę podstaw do pobierania tego typu opłat w każdym przypadku potwierdza analiza dokumentów stosowanych przez niego przy zawieraniu umów z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa, tj. przede wszystkim cenników usług oraz regulaminów poszczególnych promocji przez niego oferowanych. Z odpowiednich fragmentów tych dokumentów - które przedstawione zostały w ramach analizy stanu faktycznego niniejszej decyzji - wynika bowiem bezwarunkowa zasada uiszczania kar umownych przez konsumentów, którzy doprowadzili do rozwiązania umów przed upływem terminu ich obowiązywania (rezygnacje konsumentów albo rozwiązanie umów z ich winy). Stanowią o tym wprost postanowienia pkt 7 i 8 regulaminów promocji oraz pkt 7 cenników usług, które ustalają pobieranie kar umownych w każdym przypadku rozwiązania umowy zawartej na czas określony (zawsze 24 miesiące), z przyczyn leżących po stronie konsumenta i jednocześnie nie przewidują żadnych odstępstw bądź wyjątków od tej zasady.

Powyższe ustalenia potwierdza również argumentacja Przedsiębiorcy przedstawiona w trakcie postępowania w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, iż na podstawie przepisu art. 56 ust. 7 *Prawa telekomunikacyjnego* ma on prawo w każdym przypadku żądać zwrotu ulgi przyznanej abonentowi w związku z zawarciem umowy, a następnie jej rozwiązaniem, również w razie odstąpieniem konsumenta od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Zdaniem Przedsiębiorcy odstąpienie konsumenta od takiej umowy w żadnym wypadku nie ma znaczenia dla jego uprawnienia do refundacji ulgi, gdyż jest ona odszkodowaniem właściwym i nie może być traktowana jako kara umowna albo odstępne.

Przedmiotowe stanowisko Przedsiębiorcy nie zasługuje na uwzględnienie, co zostało jednoznacznie wykazane przez Prezesa Urzędu w treści niniejszej decyzji. Niemniej jednak przyjęte przez Przedsiębiorcę stanowisko w tym zakresie potwierdza dokonane powyżej ustalenia, z których wynika, że Przedsiębiorca obciążał konsumentów karą umowną (opłatą wyrównawczą) za odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w przypadku odstąpienia przez konsumenta w terminie dziesięciu dni od zawarcia takiej umowy. Jak z powyższego wynika Przedsiębiorca uznawał bowiem, iż w każdym przypadku ma prawo obciążania abonentów tego rodzaju opłatami, również w razie odstąpienia konsumenta od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

Dokonane powyżej ustalenia i wnioski w zakresie obciążania konsumentów przez Przedsiębiorcę karą umowną (opłatą wyrównawczą), a więc nakładania na nich obowiązków sprzecznych z treścią art. 2 ust. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, potwierdzają również napływające do Prezesa Urzędu skargi, zawiadomienia i pisma konsumentów oraz rzeczników konsumentów. Wynika z nich przykładowo:

- z oświadczenia złożonego przez konsumentkę w dniu 16 września 2011 r.: „(...) *odstępuję od umowy o świadczenie usługi Abonament Telefoniczny (WLR) (...), zawartej w dniu 16.09.2011r. z przedstawicielem Waszej Firmy*”, pomimo tego Przedsiębiorca obciążył konsumentkę karą umowną, informując ją w piśmie z 24 października 2011 r. „(...) *iz w przypadku potrzymania decyzji o zerwaniu umowy, zgodnie z zawarta umową*

na czas określony 24 miesiące, zostanie naliczona opłata w wysokości: 161,49 zł brutto, której wpłatę można dokonać na numer konta bankowego 18 1140 1010 0000 5145 5400 1021”;

- *„W dniu 8.08.2011 podpisałem umowę. (...) w dniu 9.08.2011 będąc w trasie wysłałem list polecony z wypowiedzeniem umowy. W dniu 23.09.2011 otrzymuję list ze informacją o mojej rezygnacji przyjmując ale muszę zapłacić karę w wys. 184.50”;*
- *„12.08.2011r. okazało się, że jestem oszukana, więc w tym samym dniu zerwałam umowę nr 570108510034 zawartą w dniu 11.08.2011r. (...) otrzymałam pismo z Warszawy z dnia 17.11.2011r. z naliczoną karą 184,50 zł za zerwanie umowy”;*
- *z oświadczenia złożonego przez konsumenta w dniu 5 czerwca 2011 r.: „(...) odstępuję od Umowy o świadczenie usługi Abonament Telefoniczny (WLR), zawartej dnia 3.06.2011 (...)”, pomimo tego Przedsiębiorca obciążył konsumenta karą umowną, informując go w piśmie z 14 października 2011 r. „(...), iż w przypadku potrzymania decyzji o zerwaniu współpracy, zgodnie z zawartą umową na czas określony 24 miesiące, zostanie naliczona opłata w wysokości: 161,44 zł brutto, której wpłatę można dokonać na numer konta bankowego 18 1140 1010 0000 5145 5400 1021”;*
- *„Sprawa znak: OK.732.19.2011.EK dotyczyła nie uwzględnienia przez tego operatora złożonego przez konsumenta oświadczenia o odstąpieniu od umowy w trybie przepisów ustawy (...) i potraktowanie tej rezygnacji jako zerwanie warunków umowy, co skutkowało naliczeniem opłaty wyrównawczej”;*
- *„W związku z tym iż odstąpienia od umowy o świadczenie usługi Abonament Telefoniczny (WLR) z dnia 16.09.2011r. dokonałam w trybie dziesięciodniowym (...), pismem z dnia 16.09.2011r. – wysłanym listem poleconym w dniu 17.09.2011r. (...), nie czuję się w obowiązku do ponoszenia jakichkolwiek opłat finansowych. Jeżeli w dalszym ciągu będę nękana przez Państwa jakimiś opłatami pieniężnymi z ww. tytułu, to sprawę zgłoszę do Urzędu Komunikacji Telefonicznej”;*
- *„W dniu 27.02.2012 r. odwiedził mnie Państwa przedstawiciel (...). W efekcie przekazania przez Państwa przedstawiciela tych nieprawdziwych informacji doszło do podpisania umowy (...). Na tyle na ile potrafiłem sporządziłem i wysłałem w marcu 2012r. do Państwa pismo z (...) decyzją o odstąpieniu od umowy. W odpowiedzi otrzymałem pismo z 23.03.2012 r. z informacją o rejestracji mojej rezygnacji z umowy i naliczeniu opłaty za zerwanie umowy w wysokości 184,50 zł”;*
- *„(...) traktowanie pism z oświadczeniem o rezygnacji z usług jako oświadczeń o rozwiązaniu umów z winy abonenta i naliczanie kar umownych”;*
- *„W dniu 12 kwietnia 2012 r. zawarłem umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z MNI Telecom S. A. (...). W dniu 13 kwietnia 2012 r. wysłałem oświadczenie, że odstępuję od zawartej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Natomiast operator naliczył mi opłatę w wysokości 184,50 zł”;*
- *„W dniu 17.02.2012r. zawarłam umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z Telefonią MNI TELECOM S. A. (...). W dniu 20.02.2012r. wysłałam oświadczenie, że odstępuję od zawartej umowy (...). Wobec powyższego proszę o interwencję (...), że skutecznie odstąpiłam od umowy zawartej z MNI TELECOM S. A. i nie posiadam żadnych zobowiązań wobec tej Spółki”;*
- *„W dniu 28.02.2012r. zawarłam umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z telefonią MNI TELECOM S. A. (...). W dniu 29.02.2012r. wysłałam oświadczenie, że odstępuję od zawartej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z dnia 28.02.2012r. Natomiast operator przysłał mi pismo o zawiadomieniu mnie,*

że zarejestrowano moje odstąpienie od umowy z dn. 28.02.2012r. Jednocześnie obciążając mnie kosztami w wysokości 184,50 zł”;

- *„W dniu 10.02.2012r. zawarłem umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z MNI TELECOM S. A. (...). W dniu 11.02.2012r. wysłałem oświadczenie, że odpstępuję od zawartej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z dnia 10.02.2012r. Natomiast operator pismem datowanym na 09.05.2012r. wezwał mnie do zapłaty kwoty 184,50 zł brutto”;*
- *„W dniu 24/01/2012 podpisałem umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z MNI Telecom S. A. (...). W dniu 25/01/2012r. wysłałem oświadczenie, że odpstępuję od zawartej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych z dnia 24/01/2012r. Natomiast operator przysłał mi wezwanie do zapłaty kary w wysokości 184,50 zł, które uważam za bezpodstawne”;*
- *„W dniu 12.10.2011r. zawarłem umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych z MNI Telecom S. A. (...) w dniu 12.10.2011r. wysłałem oświadczenie, że odpstępuję od zawartej umowy (...). W związku z otrzymanym od Państwa pismem MNI TELECOM S. A. z dnia 06.12.2011r. uprzejmie wyjaśniam, iż zgody nie wyrażam na wpłatę 184,50 zł brutto na Wasze konto”;*
- *„Sprawy znak: OK.732.139.2012.EK oraz OK.732.304.2012.EK dotyczyły nie uwzględnienia przez tego operatora złożonego przez konsumenta oświadczenia o odstąpieniu od umowy zgodnie z przepisem art. 2 ust. 1 ustawy (...) i potraktowanie tej rezygnacji jako zerwanie warunków umowy, skutkujące zobowiązaniem konsumenta do ponoszenia opłaty wyrównawczej”;*
- *„(...) konsumentka przesyłając Państwu w dniu 25 października 2011 r. oświadczenie o odstąpieniu od umowy, spełniła przesłanki wynikające z wyżej powołanej ustawy. Wobec powyższego umowę zawartą z Państwem o świadczenie usług telekomunikacyjnych uważa się za niezawartą, a konsumentka jest zwolniona z wszelkich zobowiązań w myśl art. 2 ust. 3 ustawy z dnia 02.03.2000 r. W związku z tym, zasadnym byłoby z Państwa strony odstąpić od dochodzenia od konsumentki roszczeń z tytułu opłaty za zerwanie umowy”;*
- *„W dniu 1 lutego 2012 r. Pani (...) zawarła z Państwa przedstawicielem umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych (...). W związku z tym, iż po kilku dniach od podpisania przedmiotowej umowy, konsumentka stwierdziła, iż podjęła nieprzemyślaną decyzję w tym przedmiocie, w dniu 10 lutego br. wystosowała do Państwa oświadczenie o odstąpieniu od tej umowy. Pomimo faktu, że konsumentka skutecznie skorzystała z prawa odstąpienia w terminie 10 dni od zawartej umowy telekomunikacyjnej, obciążona została karą umowną w wysokości 184,50 zł”;*

Przedstawione powyżej fragmenty skarg, zawiadomień i pism konsumentów oraz rzeczników konsumentów jednoznacznie potwierdzają zatem, że Przedsiębiorca obciążał konsumentów karą umowną (opłatą wyrównawczą) za odstąpienie od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych WLR zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w przypadku odstąpienia przez konsumenta w terminie dziesięciu dni od zawarcia takiej umowy. W ocenie Prezesa Urzędu takie działanie Przedsiębiorcy stanowi naruszenie art. 2 ust. 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów.

Zdaniem Prezesa Urzędu przedstawione powyżej ustalenia, dowody na ich poparcie oraz wynikające z nich wnioski pozwalają na stwierdzenie, że opisane w punkcie I.2) sentencji niniejszej decyzji działania Przedsiębiorcy są bezprawne w świetle art. 2 ust. 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, a tym samym wypełniają jedną z dwóch przesłanek uznania ich za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Przesłanka naruszenia zbiorowych interesów konsumentów

Przepisy *ustawy o ochronie (...)* nie definiują pojęcia „zbiorowego interesu konsumentów”. Uregulowanie art. 24 ust. 3 tej *ustawy* stanowi jedynie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Z całą pewnością mamy do czynienia ze zbiorowym interesem konsumentów wówczas, gdy działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy dotyczy, bądź może dotyczyć nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować. Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. O tym, czy zbiorowe interesy konsumentów zostały naruszone lub zagrożone nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia praw konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. W jednym z orzeczeń Sąd Najwyższy stwierdził, że *„nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczbie potencjalnych konsumentów”*⁹.

Nie ulega wątpliwości, że działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw lub obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Dla stwierdzenia godzenia w zbiorowe interesy konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Jak podnosi się w doktrynie, w pojęciu praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów mieści się także działanie przedsiębiorcy skierowane wprawdzie do oznaczonych (zindywidualizowanych), ale za to dostatecznie licznych konsumentów, o ile przy tym konsumentów tych łączy jakaś wspólna cecha rodzajowa. Wówczas bowiem poszkodowana zostaje pewna grupa konsumentów, nie będąca jedynie – z punktu widzenia przedsiębiorcy stosującego daną praktykę – zbiorowością przypadkowych jednostek, lecz stanowiącą określoną i odrębną kategorię konsumentów, reprezentującą w znacznym stopniu wspólne interesy¹⁰. Należy zatem przyjąć, że zbiorowy interes konsumentów nie musi odnosić się do nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zindywidualizować, gdyż brak indywidualizacji nie sprzeciwia się możliwości wyodrębnienia kategorii bądź zbioru konsumentów o pewnych cechach. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów.

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z godzeniem w interesy potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Prezes Urzędu podejmując rozstrzygnięcie zawarte w niniejszej decyzji nie opierał się zatem na indywidualnych przypadkach naruszeń praw konsumentów, lecz wziął pod uwagę działania Przedsiębiorcy odnoszące się do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a więc pewnej potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. W omawianym przypadku godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

⁹ Por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 września 2003 r. (sygn. akt: I CKN 504/01).

¹⁰ Por.: M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy 2004/17/791.

polegało zarówno na naruszeniu interesów konsumentów, jak i na ich zagrożeniu. Potencjalnie wszyscy konsumenci, zamieszkali na terenie całego kraju, mogli zostać dotknięci bezprawnymi działaniami Przedsiębiorcy.

Mając powyższe na uwadze nie zasługuje na uwzględnienie stanowisko Przedsiębiorcy, iż działania zarzucane mu w niniejszej decyzji nie mogą być kwalifikowane jako praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów, ponieważ wynikają one ze skarg jedynie 20 osób z przedstawionej przez niego listy 3.484 abonentów, którzy rozwiązywali umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w wyniku zastosowania prawa odstąpienia. W ocenie Przedsiębiorcy, wobec tak dużej liczby odstąpień od zawartych z nim umów, ww. pojedynczych przypadków nie można kwalifikować jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Takie stanowisko Przedsiębiorcy jest po pierwsze nieprawdziwe, ponieważ w treści niniejszej decyzji ustalono i wykazano istnienie co najmniej kilkudziesięciu przypadków naruszenia przez przedsiębiorcę art. 3 ust. 1 oraz art. 2 ust. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów* - zgłoszonych zarówno przez konsumentów, jak również działających w ich imieniu rzeczników konsumentów. Przede wszystkim jednak podkreślenia wymaga, że w przypadku analizowanych w niniejszej decyzji praktyk Przedsiębiorcy godzenie w zbiorowe interesy konsumentów polega nie tylko na faktycznym naruszeniu interesów konsumentów, ale głównie na zagrożeniu ich naruszenia. W istocie bowiem wszyscy konsumenci, będący rzeczywistymi lub potencjalnymi kontrahentami Przedsiębiorcy, mogli zostać dotknięci jego bezprawnymi działaniami.

Niezależnie od powyższego wyjaśnić należy, że interes konsumentów powinien być rozumiany jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę za zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę, iż określenie stałego, czy zamkniętego katalogu interesów konsumentów nie jest możliwe, ani też zasadne¹¹. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów *sensu stricto* ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych.

Pierwsza z wykazanych w niniejszej decyzji praktyk Przedsiębiorcy polega na niedopełnieniu obowiązków wynikających z art. 3 ust. 1 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, poprzez nieinformowanie konsumentów przed zawarciem z nimi umowy poza lokalem przedsiębiorstwa o prawie do odstąpienia od takiej umowy oraz zaniechanie wręczenia konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu, stanowiąc naruszenie praw konsumentów do otrzymania pełnej informacji dotyczącej ich uprawnień i obowiązków w zakresie określonym przez powszechnie obowiązujące przepisy prawa. W konsekwencji praktyka taka mogła mieć wpływ na ograniczenie korzystania przez konsumentów z prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, zagwarantowanego przepisami *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*.

Natomiast druga z przeanalizowanych w niniejszej decyzji praktyk Przedsiębiorcy godzi w ekonomiczne interesy konsumentów, poprzez nakładanie obowiązków sprzecznych z art. 2 ust. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, w wyniku obciążania konsumentów karą umowną (opłatą wyrównawczą) za odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w razie odstąpienia przez konsumenta w terminie dziesięciu dni od jej zawarcia. Niezależnie od powyższego obciążanie opłatą wyrównawczą

¹¹ Por.: M. Szydło, *Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów*, Monitor Prawniczy 2004/17/791.

mogło stanowić dla konsumentów ograniczenie ekonomiczne w korzystaniu przez nich z prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

W odniesieniu do obu zakwestionowanych w niniejszej decyzji praktyk Przedsiębiorcy doszło także do zakłócenia prawa konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych, rzetelnych, zgodnych z prawem i niezakłóconych przez Przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie przez nich transakcji handlowych przy poszanowaniu wynikających z przepisów prawa uprawnień i obowiązków stron zawieranych umów.

Mając na uwadze przedstawione powyższej ustalenia, argumenty i wnioski przyjąć należy, że spełnione zostały wszystkie przesłanki niezbędne do zakwalifikowania działań Przedsiębiorcy jako praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w art. 24 ust. 1 i ust. 2 *ustawy o ochronie (...)*.

Nakaz zaniechania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

Uwzględniając powyższe ustalenia i wnioski, w odniesieniu do obu praktyk analizowanych w niniejszej sprawie, zasadne jest wydanie decyzji stwierdzającej stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej ich zaniechanie, w oparciu o przepis art. 26 ust. 1 *ustawy o ochronie (...)*. Stosownie bowiem do treści tego przepisu - Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24. W niniejszej sprawie nie zaistniały natomiast przesłanki do stwierdzenia zaniechania stosowania przedmiotowych praktyk. Zgodnie bowiem z przepisem art. 27 ust. 1 *ustawy o ochronie (...)* - nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24. W takim przypadku Prezes Urzędu obowiązany jest wydać decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania - zgodnie z dyspozycją art. 27 ust. 2 tej *ustawy*. Konieczne jest przy tym uwzględnienie treści przepisu art. 27 ust. 3 *ustawy o ochronie (...)*, w myśl którego ciężar udowodnienia okoliczności zaniechania stosowania zarzucanej praktyki spoczywa na przedsiębiorcy.

Tymczasem Przedsiębiorca nie przedłożył w toku postępowania prowadzonego w niniejszej sprawie żadnych dowodów potwierdzających zaniechanie stosowania zarzucanej mu praktyki, tj. dowodów na dostosowanie jego działań do przepisów *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*. Przedsiębiorca wniósł natomiast o umorzenie przedmiotowego postępowania, ponieważ jego zdaniem Prezes Urzędu dysponuje jedynie ustaleniami co do faktów zaistniałych w 2011 r. Skoro zatem w aktach sprawy brak jest dowodów na stosowanie zarzucanych Przedsiębiorcy praktyk po 1 stycznia 2012 r., w jego ocenie oznacza to zaprzestanie ich stosowania w tej właśnie dacie, co z kolei uzasadnia umorzenie postępowania.

Przedstawione w powyższym zakresie argumenty i wnioski Przedsiębiorcy są oczywiście bezzasadne, co jednoznacznie wynika z ustaleń zawartych w niniejszej decyzji oraz zebranego w sprawie materiału dowodowego. Wynika z nich bowiem, że Przedsiębiorca jeszcze przynajmniej w 2012 r. stosował zarzucane mu praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, czego potwierdzeniem są liczne skargi, pisma oraz zawiadomienia konsumentów i rzeczników konsumentów pochodzące z tego okresu. Dotyczą one mianowicie co najmniej kilkudziesięciu przypadków stosowania w roku 2012 obu analizowanych w niniejszej decyzji praktyk. Ponadto nie ulega również wątpliwości, że jeszcze w 2013 r. – pismem z dnia 21 maja br. - Przedsiębiorca utrzymywał,

iż nie ma obowiązku stosowania przepisów art. 2 i art. 3 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, ponieważ obejmuje go wyłączenie stosowania jej przepisów na podstawie art. 5 pkt 1) tej *ustawy*. W tym samym piśmie Przedsiębiorca przyjmował również, że jest uprawniony do pobierania kary umownej (opłaty wyrównawczej) w każdym przypadku odstąpienia konsumenta od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Wobec tego jeszcze w 2013 r. Przedsiębiorca był przekonany co do prawidłowości podejmowania zarzucanych mu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i zapewne jeszcze w tym roku te praktyki kontynuuje, w każdym zaś razie brak jest jakichkolwiek dowodów na odmienne ustalenia. Bezsprzecznie natomiast Przedsiębiorca nie wykazał, a nawet nie starał się wykazać w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, iż zaprzestał ich stosowania - pomimo że ciężar udowodnienia tej okoliczności spoczywał na nim, zgodnie z dyspozycją przepisu art. 27 ust. 3 *ustawy o ochronie (...)*. Tym samym więc nie zaistniały przesłanki do stwierdzenia przez Prezesa Urzędu zaniechania stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk analizowanych w niniejszej decyzji.

Wobec spełnienia wszystkich przesłanek koniecznych do stwierdzenia praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, określonych w art. 24 ust. 1 i ust. 2 *ustawy o ochronie (...)* oraz przesłanek wydania decyzji o uznaniu tych praktyk za naruszające zbiorowe interesy konsumentów i nakazującej zaniechanie ich stosowania, wskazanych w art. 26 ust. 1 tej *ustawy*, **Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I. sentencji niniejszej decyzji.**

Kara za naruszenie przepisów ustawy o ochronie (...)

Stosownie do treści art. 106 ust. 1 pkt 4 *ustawy o ochronie (...)* - „Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24”.

Jak z powyższego przepisu wynika, *ustawa o ochronie (...)* wprowadziła zasadę fakultatywności kar nakładanych przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorców, którzy dopuścili się naruszenia wskazanego w nim zakazu. A zatem w przypadku stwierdzenia jego naruszenia przez przedsiębiorcę Prezes Urzędu może nałożyć na niego karę pieniężną.

W niniejszej sprawie zostało udowodnione, iż doszło do naruszenia przez Przedsiębiorcę - określonego w art. 24 *ustawy o ochronie (...)* - zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w sposób wskazany w pkt I. sentencji decyzji. Przy czym charakter i uciążliwość tego naruszenia uzasadniają nałożenie na Przedsiębiorcę kary pieniężnej.

Podkreślenia wymaga, że naruszenie przez przedsiębiorców przepisów *ustawy o ochronie (...)* może nastąpić zarówno umyślnie (tj. wówczas, gdy dopuszczający się naruszenia miał taki zamiar), jak też i nieumyślnie (tj. wtedy, gdy przedsiębiorca nie miał na celu podejmowania działań sprzecznych z przepisami tej *ustawy*). Natomiast kara pieniężna - zgodnie z cytowanym wyżej przepisem art. 106 ust. 1 pkt 4 *ustawy o ochronie (...)* - może zostać nałożona także w przypadku, gdy przedsiębiorca „choćby nieumyślnie” dopuścił się określonego jej przepisami zakazanego działania. Oznacza to, że kara pieniężna może być nałożona nawet wówczas, gdy po stronie przedsiębiorcy nie będzie występował wspomniany element umyślności.

Nakładając karę pieniężną, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt. 4 *ustawy o ochronie (...)* Prezes Urzędu wziął pod uwagę konieczność ustalenia, czy określone w tym przepisie naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. Z tego względu, Prezes Urzędu ocenił

całokształt okoliczności sprawy, które wskazywać mogą na nieumyślny charakter naruszenia przez Przedsiębiorcę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zdaniem Prezesa Urzędu, opisane w niniejszej decyzji działania - podejmowane przez Przedsiębiorcę w zakresie prowadzonej przez niego działalności gospodarczej - powinny być mu się kojarzyć z nieuchronnością naruszenia zbiorowego interesu konsumentów. Należy jednak przyznać, że w zgromadzonym materiale dowodowym nie ma jednoznacznych dowodów wyrażnej intencji Przedsiębiorcy naruszenia tych interesów. Zebrane w trakcie niniejszego postępowania informacje mogą zatem wskazywać na wspomniane wyżej nieumyślne działanie Przedsiębiorcy. Pomimo tego – jak już wcześniej sygnalizowano - samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki daje podstawę do nałożenia na Przedsiębiorcę kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 *ustawy o ochronie (...)*.

Art. 106 ust. 1 pkt 4 *ustawy o ochronie (...)* przewiduje możliwość nałożenia na przedsiębiorcę kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10% przychodu, osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. *Ustawa* nie przesądza w sposób jednoznaczny o wysokości kary nakładanej przez Prezesa Urzędu, który decyduje o tym samodzielnie w odniesieniu do każdego konkretnego przypadku, kierując się założeniem, że sankcja musi spełniać zarówno funkcję represyjną, jak i prewencyjną (czyli dyscyplinującą). Niemniej jednak przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, o których mowa w art. 106 – art. 108 *ustawy o ochronie (...)*, Prezes Urzędu powinien wziąć pod uwagę w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów *ustawy*, a także uprzednie naruszenie tych przepisów (tak: art. 111 *ustawy o ochronie (...)*).

W punkcie I. sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu stwierdził stosowanie przez Przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i ust 2 *ustawy o ochronie (...)*, co daje podstawy do nałożenia na niego kary pieniężnej określonej w art. 106 ust. 1 pkt 4 *tej ustawy*.

Przy ustalaniu kary pieniężnej Prezes Urzędu przyjął za podstawę obliczeń kwotę odpowiadającą wysokości przychodów, osiągniętych przez Przedsiębiorcę z tytułu prowadzonej działalności w roku rozliczeniowym poprzedzającym wydanie niniejszej decyzji. Przychód osiągnięty przez Przedsiębiorcę w 2012 r. - w kwocie 175.652.771,70 zł - ustalono na podstawie zeznania o wysokości osiągniętego dochodu przez podatnika podatku dochodowego od osób prawnych za rok podatkowy 2012.

Stosownie do treści przepisu art. 106 ust. 1 pkt 4 *ustawy o ochronie (...)*, maksymalna kara nakładana na przedsiębiorcę może stanowić 10 % jego przychodów, co w niniejszej sprawie daje kwotę 17.565.277,17 zł (10 % z 175.652.771,70 zł przychodów Przedsiębiorcy).

Ostateczne ustalenie wysokości kar w analizowanej sprawie ma charakter wieloetapowy, co spowodowane jest zaistnieniem licznych okoliczności mających wpływ na te wysokości. Ustalając wymiar kar pieniężnych Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych praktyk i na tej podstawie ustalił kwoty bazowe, stanowiące podstawę do dalszych wyliczeń wysokości kar, a następnie – w oparciu o zaistniałe w sprawie okoliczności mające wpływ na wymiar kar – dokonał gradacji ustalonych kwot bazowych.

Praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów objęta punktem I.1) sentencji decyzji

Prezes Urzędu przyjął, przy uwzględnieniu nieumyślnego charakteru naruszenia przez Przedsiębiorcę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, szkodliwości praktyki naruszającej uprawnienie konsumentów do otrzymania od przedsiębiorcy pełnej informacji na temat uprawnień i obowiązków konsumentów związanych z zawieraniem umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, a w konsekwencji

mogącej mieć wpływ na ograniczenie korzystania przez konsumentów z prawa odstąpienia od umowy, oraz długotrwałego okresu stosowania praktyki od 2011 r., że waga naruszenia w przypadku niniejszego zarzutu, ujawniającego się na etapie zawierania kontraktu, kształtuje się na poziomie 0,2 % przychodu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2012 r. Tym samym ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa, stanowiąca równowartość 0,2 % przychodu osiągniętego przez Przedsiębiorcę, wynosi 351.306,00 zł (0,2 % z 175.652.771,70 zł przychodów Przedsiębiorcy), po zaokrągleniu do 1 zł.

Dokonując ustalenia ostatecznego wymiaru kary pieniężnej nakładanej na Przedsiębiorcę Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących. Ustalając wysokość kary nie stwierdzono jednak występowania okoliczności łagodzących lub okoliczności obciążających.

Wobec powyższego wysokość kary wyliczono ostatecznie na wskazanym wyżej poziomie 351.306,00 zł, co stanowi 0,2 % przychodu Przedsiębiorcy oraz 2 % maksymalnego wymiaru kary. Oznacza to, że nałożona na Przedsiębiorcę kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 *ustawy o ochronie (...)*.

Nakładając niniejszą karę pieniężną Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że ma ona po pierwsze charakter represyjny (nakładana jest za naruszenie ustawowych zakazów i nakazów), po drugie prewencyjny (ma zapobiegać podobnym naruszeniom w przyszłości i zniechęcać do naruszania prawa), zaś zagrożenie nią, czyli potencjalna możliwość nałożenia kary przez Prezesa Urzędu, nadaje jej charakter dyscyplinujący¹².

Praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów objęta punktem I.2) sentencji decyzji

Prezes Urzędu przyjął, przy uwzględnieniu nieumyślnego charakteru naruszenia przez Przedsiębiorcę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, szkodliwości praktyki godzącej w ekonomiczne interesy konsumentów, a ponadto mogącej stanowić ograniczenie ekonomiczne dla konsumentów w korzystaniu przez nich z prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, oraz długotrwałego okresu stosowania praktyki od 2011 r., że waga naruszenia w przypadku niniejszego zarzutu, ujawniającego się na etapie wykonywania kontraktu, kształtuje się na poziomie 0,35 % przychodu osiągniętego przez Przedsiębiorcę w 2012 r. Tym samym ustalona przez Prezesa Urzędu kwota bazowa, stanowiąca równowartość 0,35 % przychodu osiągniętego przez Przedsiębiorcę, wynosi 614.785,00 zł (0,35 % z 175.652.771,70 zł przychodów Przedsiębiorcy), po zaokrągleniu do 1 zł.

Dokonując ustalenia ostatecznego wymiaru kary pieniężnej nakładanej na Przedsiębiorcę Prezes Urzędu dokonał również oceny zaistniałych w postępowaniu okoliczności obciążających i łagodzących. Ustalając wysokość kary nie stwierdzono jednak występowania okoliczności łagodzących lub okoliczności obciążających.

Wobec powyższego wysokość kary wyliczono ostatecznie na wskazanym wyżej poziomie 614.785,00 zł, co stanowi 0,35 % przychodu Przedsiębiorcy oraz 3,5 % maksymalnego wymiaru kary. Oznacza to, że nałożona na Przedsiębiorcę kara pieniężna mieści się w granicach wyznaczonych przez art. 106 ust. 1 pkt 4 *ustawy o ochronie (...)*.

Nakładając niniejszą karę pieniężną Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że ma ona po pierwsze charakter represyjny (nakładana jest za naruszenie ustawowych zakazów), po drugie prewencyjny (ma zapobiegać podobnym naruszeniom w przyszłości

¹² Por.: wyrok Sądu Najwyższego z dnia 7 kwietnia 2004 r. (sygn. akt: III SK 31/04).

i zniechęcać do naruszania prawa), zaś zagrożenie nią, czyli potencjalna możliwość nałożenia kary przez Prezesa Urzędu, nadaje jej charakter dyscyplinujący¹³.

Kary nakładane przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorców, którzy dopuścili się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów służą podkreśleniu naganności ocenianych zachowań. Decydując o nałożeniu kar pieniężnych i ich wysokości wzięto pod uwagę wszystkie wyżej opisane okoliczności. Orzeczone kary powinna również stanowić dolegliwość dla strony niniejszego postępowania, tak, aby ich nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. Z drugiej strony należy też podkreślić wymiar edukacyjny i wychowawczy zastosowanych sankcji oraz wyrazić nadzieję, że odniosą one spodziewany skutek na przyszłość. Poza wymiarem indywidualnym kar, należy zwrócić uwagę na ich wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

W świetle powyższych ustaleń i wywodów, za stosowane przez Przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

- 1) niedopełnieniu obowiązków wynikających z art. 3 ust. 1 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, poprzez nieinformowanie konsumentów przed zawarciem z nimi umowy poza lokalem przedsiębiorstwa o prawie do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni oraz zaniechanie wręczenia konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu - opisaney w punkcie I.1) sentencji decyzji - nałożono na Przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości: 351.306,00 zł (słownie: trzysta pięćdziesiąt jeden tysięcy trzysta sześć złotych);
- 2) nakładaniu obowiązków sprzecznych z art. 2 ust. 2 *ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów*, poprzez obciążanie konsumentów karą umowną (odstępnym) za odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w przypadku odstąpienia przez konsumenta w terminie dziesięciu dni od jej zawarcia - opisaney w punkcie I.2) sentencji decyzji - nałożono na Przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości: 614.785,00 zł (słownie: sześćset czternaście tysięcy siedemset osiemdziesiąt pięć złotych).

Prezes Urzędu, kierując się potrzebą zdecydowanego przeciwdziałania stosowaniu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów uznał, że orzeczone kary powinna stanowić dolegliwość dla strony niniejszego postępowania. Kary takie powinny jednak spełnić również funkcję prewencyjną i wychowawczą, tak, aby zapobiegać w przyszłości naruszeniom przepisów *ustawy o ochronie (...)*.

W ocenie Prezesa Urzędu, obie wymierzone kary pieniężne w ostatecznej wysokości: 966.091,00 zł, wynoszącej 0,55 % przychodów uzyskanych przez Przedsiębiorcę w roku 2012 i stanowiąca 5,5 % maksymalnego wymiaru kary - przewidzianego w art. 106 ust. 1 pkt 4. *ustawy o ochronie (...)* - są adekwatne do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów tej *ustawy*, jak również współmierne do możliwości finansowych Przedsiębiorcy.

Mając na uwadze wszystkie powyższe okoliczności, ustalenia i wnioski, **Prezes Urzędu orzekł, jak w punkcie II. sentencji niniejszej decyzji.**

¹³ Por.: tamże.

Koszty postępowania

Zgodnie z art. 80 *ustawy o ochronie (...)* – „Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie”. Natomiast w myśl art. 77 ust. 1 *ustawy o ochronie (...)* – „jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania”.

Podobnie w treści przepisu art. 264 § 1 *Kodeksu postępowania administracyjnego* wprowadzono wymóg, zgodnie z którym „jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia”. Natomiast stosownie do dyspozycji przepisu art. 263 § 1 *K.p.a.* - „do kosztów postępowania zalicza się (...) również koszty doręczenia stronom pism urzędowych”.

Postępowanie w sprawie stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu - w punkcie I. sentencji decyzji - stwierdził naruszenie przepisów *ustawy o ochronie (...)*.

Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną – Przedsiębiorcą.

W związku z powyższym postanowiono obciążyć Przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości 143 zł (słownie: sto czterdzieści trzy złote).

Mając powyższe na uwadze **Prezes Urzędu orzekł, jak w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji.**

Zgodnie treścią art. 112 ust. 3 *ustawy o ochronie (...)*, określoną wyżej karę pieniężną należy uiszczyć, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

NBP O/O Warszawa Nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000.

Koszty niniejszego postępowania Przedsiębiorca obowiązana jest wpłacić na to samo konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 *ustawy o ochronie (...)* w związku z art. 479²⁸ § 2 *K.p.c.* - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwóch tygodni od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie.

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach, zawartego w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji - stosownie do treści art. 81 ust. 5 *ustawy o ochronie (...)* w związku z 479³² *K.p.c.* oraz art. 264 § 2 *K.p.a.* w związku z art. 83

ustawy o ochronie (...) - przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodniowym od dnia doręczenia tej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie.

Z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Dyrektor Delegatury UOKiK w Katowicach
Maciej Fragsztajn