

# Stanowisko dotyczące relacji ustaw Prawo telekomunikacyjne i o prawach konsumenta

---

**Urząd Komunikacji Elektroniczej  
Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

**10.12.2014r.**

W związku z wchodzącą w życie z dniem 25 grudnia 2014 r. ustawą o prawach konsumenta (ustawa z dnia 30 maja 2014 r., opublikowaną w Dzienniku Ustaw z dnia 24 czerwca 2014 r., poz. 827), zwaną dalej „Pk”, Urząd Komunikacji Elektronicznej wraz z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów przedstawia Stanowisko dot. relacji ustawy o prawach konsumenta i ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (tekst jednolity: Dz. U. z 2014 r., poz. 243), zwanej dalej „Pt”.

Stanowisko niniejsze zostało opracowane przez Grupę Roboczą powołaną przez ww. organy w odpowiedzi na liczne wątpliwości zgłoszone w tym przedmiocie przez uczestników rynku telekomunikacyjnego (głównie przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych, zobowiązanych do zaimplementowania przepisów nowej ustawy w relacjach z abonentami oraz przez izby gospodarcze zrzeszające tych przedsiębiorców). Z otrzymywanych z rynku informacji wynika, że ustawa o prawach konsumenta stwarza przedsiębiorcom telekomunikacyjnym liczne problemy interpretacyjne a także problemy związane z ustaleniem zakresu wymagań określonych w tej ustawie i ich relacją z wymogami wynikającymi z Pt.

Uwzględniając powyższe należy podkreślić, że niniejszy dokument nie ma charakteru prawnie wiążącego. Jest wynikiem prac Grupy Roboczej, której zadaniem było udzielenie pomocy przedsiębiorcom telekomunikacyjnym w wyjaśnieniu zidentyfikowanych problemów interpretacyjnych, pojawiających się na rynku telekomunikacyjnym w obliczu wchodzącej w życie ustawy Pk, a w konsekwencji ułatwić wypracowanie przez rynek właściwego podejścia do stosowania obu ww. ustaw. w relacjach z konsumentami i/lub abonentami. Publikacja Stanowiska ma również na celu wypracowanie wspólnego podejścia obu organów odpowiedzialnych za egzekwowanie odpowiednio przepisów Pt oraz Pk w celu uniknięcia rozbieżności interpretacyjnych w praktyce egzekwowania prawa przez oba te organy.

Głównym celem niniejszego stanowiska jest sformułowanie zaleceń i wniosków w zakresie problemów interpretacyjnych pojawiających się na rynku usług telekomunikacyjnych związanych z wejściem w życie nowych przepisów o ochronie konsumentów, a także kształtowania właściwego podejścia przez rynek do stosowania i przestrzegania przepisów Pk.

Stanowisko wskazuje zagadnienia prawne i wątpliwości interpretacyjne dotyczące korelacji między Pt a Pk jak również formułuje zalecenia i wnioski. Wyrażamy nadzieję, iż niniejsze stanowisko stanie się pomocne w wykształceniu optymalnego, zgodnego z przepisami prawa, podejścia przedsiębiorców telekomunikacyjnych do problemów interpretacyjnych, pojawiających się na rynku telekomunikacyjnym w obliczu wchodzącej w życie ustawy Pk.

## **1. Wzajemne relacje przepisów Pt i Pk.**

Zasadniczym problemem wskazanym przez uczestników rynku telekomunikacyjnego (PIKE, KIGEiT, Vectra S.A.) jest zagadnienie wzajemnych relacji przepisów Pt i Pk.

Należy podkreślić, że jest to zagadnienie – jak pokazują uwagi nadesłane przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych – skomplikowane. Przede wszystkim należy wskazać, że są to dwie, współistniejące ze sobą – w obszarze dotyczącym konsumentów - regulacje prawne, które w odniesieniu do relacji przedsiębiorca telekomunikacyjny – konsument, oba organy (UKE i UOKiK) powinny stosować w ramach przyznanych im kompetencji.

Oceniając wzajemne relację obu regulacji należy zauważyć, iż zakres przedmiotowy Pt określony w art. 1 Pt odnosi się w znacznej części do zagadnień rynku telekomunikacyjnego nie związanych z relacjami konsument przedsiębiorca, w tym nie dotyczy objętych zakresem przedmiotowym określonym w art. 1 Pk obowiązków przedsiębiorcy zawierającego umowę z konsumentem; zasad i trybu zawierania z konsumentem umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa; zasad i trybu wykonania przysługującego konsumentowi prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa; zasad i trybu zawierania z konsumentem umowy na odległość dotyczącej usług finansowych. Niezależnie od powyższego zgodnie z art. 1 ust. 1 pkt 2) Pt przedmiotem prawa telekomunikacyjnego są również prawa i obowiązki przedsiębiorców oraz użytkowników w tym również prawa i obowiązki wynikające z umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Definicja użytkownika zawarta w art. 2 pkt 49) które obejmuje swoim zakresem również konsumenta w rozumieniu art. 22[1] Kodeksu cywilny, w związku z powyższym należy podkreślić, iż przepisy Pt regulują również prawa i obowiązki konsumentów wynikające z umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz odpowiadające tym uprawnieniom obowiązki przedsiębiorcy. Ochronie użytkowników w powyższym zakresie poświęcone są przepisy Działu III Pt. Odnosząc się do zakresu stosowania Pk należy podkreślić, iż zgodnie z art. 1 oraz art. 2 Pk swoim zakresem przedmiotowym obejmuje wszelkie umowy zawierane pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą, po za wyjątkami wyraźnie wskazanymi w Pk. Natomiast zgodnie z brzmieniem art. 3 ust. 1 pkt 6) Pk zawieranych z dostawcą usług, o którym mowa w art. 2 pkt 27 lit. Pt za pomocą aparatu publicznego w celu skorzystania z takiego aparatu lub zawieranych w celu wykonania jednorazowego połączenia telefonicznego, internetowego lub faksowego przez konsumenta wyłączone z zakresu stosowania Pk. Po za wskazanym wyżej wyjątkiem ustawa nie wyłącza umów o świadczenia usług telekomunikacyjnych z zakresu jej stosowania. Należy więc stwierdzić, iż normy wynikające z Pk znajdują zastosowanie do wszelkich umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawieranych pomiędzy konsumentem a dostawcą usług telekomunikacyjnych za wyjątkiem umów określonych w art. 3 ust. 1 pkt 6). Wątpliwości dostawców usług budziły przede wszystkim relacje przepisów Pt dotyczące ochrony użytkowników określonych w Dziale III Pt, którzy są jednocześnie konsumentami w rozumieniu art. 22[1] Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2014 r. poz. 121).

Należy podkreślić, iż wobec braku istnienia norm kolizyjnych pomiędzy oba ustawami, które pozwalałyby na derogowanie uprawnień przysługujących na podstawie Pt lub Pk, należy stwierdzić, że Prezes UKE oraz Prezes UOKiK będą stosowały regulację w zakresie przysługującym im prawnie kompetencji.

Podstawowym zagadnieniem jest kwestia zakresu podmiotowego obu ustaw. W tym obszarze należy wskazać, że zakres podmiotowy Pt obejmuje dwie grupy podmiotów: konsumentów i abonentów usług telekomunikacyjnych (innymi słowy Pt reguluje problematykę świadczenia usług telekomunikacyjnych abonentom (w tym konsumentom)). Zakres podmiotowy Pk obejmuje wyłącznie konsumentów (innymi słowy Pk reguluje kwestie związane ze sposobem zawierania umów z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość). Powyższe przesądza, że w przypadku zawierania umów z abonentami niebędącymi konsumentami zastosowanie znajdują wyłącznie przepisy Pt. Natomiast w przypadku zawierania umów przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych z konsumentami, przepisy prawne ustaw Pt i Pk należy stosować w odpowiedni sposób, tak aby nie naruszyć przepisów Pt i Pk.

## **2. Zastosowanie Pk do umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych w momencie wejścia w życie Pk.**

We wskazywanych w toku konsultacji z dostawcami usług telekomunikacyjnych zastrzeżeniach pojawia się problem zastosowania nowych regulacji do obowiązujących w momencie wejścia w życie ustawy umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz uprawnień przysługujących abonentom w przypadku zmian warunków umów dokonanych w związku z wejściem w życie Pk.

Ustosunkowując się do powyższych zagadnień należy zauważyć, iż norma wynikająca z art. 51 Pk w dostatecznie precyzyjny sposób określa czasowy zakres obowiązywania modyfikowanych przepisów. Zgodnie z brzmieniem art. 51 Pk do umów zawartych przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy stosuje się przepisy dotychczasowe. Momentem istotnym z punktu widzenia normy wynikającej z powyższego przepisu jest moment zawarcia umowy, a zatem moment złożenia zgodnych oświadczeń woli, określony w umowie lub w normach wynikających z przepisów Kodeksu cywilnego (art. 66 i n. kc). Dotychczasowe regulacje będą miały zastosowanie do umów, których moment zawarcia określony jak w zdaniu poprzednim nastąpił przed dniem wejścia w życie Pk. Interpretowana norma intertemporalna nie różnicuje sytuacji umów, których przedmiotem jest świadczenie ciągłe. Konkludując, możliwa jest sytuacja, gdy

do umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych realizowanych przez dostawców usług po 25 grudnia 2014 r. będą miały zastosowanie różne regulacje prawne - w zależności od momentu zawarcia tych umów w stosunku do wejścia w życie Pk.

Odnosząc się do kwestii uprawnień przysługujących abonentom w przypadku dokonania zmian warunków umów należy podkreślić, iż w przypadku zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w trakcie jej trwania zastosowanie znajdzie art. 60a Pt, zgodnie z którym na dostawcy usług telekomunikacyjnych zmieniającym warunki świadczenia usług telekomunikacyjnych ciąży obowiązek poinformowania abonentów z wyprzedzeniem co najmniej jednego miesiąca przed wprowadzeniem zmian w życie informacji o wprowadzanych zmianach. Jednocześnie zgodnie z art. 60a ust. 1 oraz ust. 2 Pt abonentowi przysługuje uprawnienie do wypowiedzenia umowy w przypadku braku akceptacji zmian, przy czym termin na realizację tego prawa nie może być krótszy niż do dnia wejścia tych zmian w życie, ponadto w razie realizacji powyższego uprawnienia dostawcy publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych nie przysługuje zwrot ulgi, o której mowa w art. 57 ust. 6 Pt.

Jednocześnie należy zauważyć, iż zmiana warunków mająca na celu dostosowanie obowiązujących umów do zasad określonych w Pk nie będzie zmianą wynikającą bezpośrednio ze zmiany przepisów prawa, która to zmiana umożliwia jednostronną zmianę warunków świadczenia usług w myśl art. 60a ust. 3 PT. Powyższe wynika z faktu, iż zgodnie z art. 51 Pk dla umów zawartych przed wejściem w życie nowej ustawy stosuje się dotychczasowe regulacje, a zatem ustawodawca nie wskazuje obowiązku zmiany ww. umów. Ponadto należy zauważyć, iż dostawca może dokonać zmiany warunków umów o świadczenie usług telekomunikacyjnym jedynie w zakresie względnie obowiązujących przepisów. W związku z powyższym, ocena zmian dokonanych przez dostawcę umów odbywa się w oparciu o Pt oraz przepisy prawa konsumenckiego obowiązujące przed rozpoczęciem obowiązywania Pk. W związku z powyższym nie istnieją przesłanki do zastosowania w niniejszym przypadku art. 60a ust. 3 Pt.

*Załącznik do niniejszego stanowiska stanowią wyjaśnienia problemów interpretacyjnych zgłoszonych w trakcie konsultacji z dostawcami usług telekomunikacyjnych.*

## Załącznik

### Szczegółowe problemy, zgłoszone przez rynek, związane z interpretacją nowych przepisów Pk w odniesieniu do Pt.

Lp.	Komentowane zagadnienie	Zgłaszający problem	Stanowisko przedsiębiorcy/Izby	Wyjaśnienia Grupy Roboczej UKE-UOKiK
1	art. 27/29 Pk	e-Telko	W związku ze zmianą terminu na odstąpienie od umowy dla umów zawartych przed wejściem w życie Ustawy nie powinno być obowiązku zmiany umów w tym zakresie. Wynika to z faktu, że odstąpienie od umowy jest uprawnieniem jednorazowym (nie jest to zobowiązanie ciągłe), które wygasa wraz z upływem określonego okresu, ergo jeżeli umowa jest już wykonywana np. 6 miesięcy, to uprawnienie to wygasło. Tym samym nie powinno się zmieniać terminu na odstąpienie od umowy, skoro to uprawnienie już wygasło. Oczywiście wszystkie umowy zawarte od 25 grudnia 2014 r. powinny mieć już zmieniony termin na odstąpienia na 14 dniowy. Ta sama uwaga dotyczy zmiany terminu na odstąpienie od umowy z 3 miesięcy na 12 miesięcy w przypadku niepoinformowania konsumenta o możliwości odstąpienia od umowy.	Zgodnie z art. 51 Pk <i>"Do umów zawartych przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy stosuje się przepisy dotychczasowe"</i> . W związku z powyższym dla umów zawartych przed wejściem w życie Pk nie ma obowiązku zmiany umów w tym zakresie.
2	art. 33 Pk	e-Telko	Zdaniem Spółki w przypadku przekazania konsumentowi telefonu, Konsument powinien przy odstąpieniu od umowy wybrać najtańszą przesyłkę kurierską.	Art. 33 Pk stanowi, że <i>"Jeżeli konsument wybrał sposób dostarczenia rzeczy inny niż najtańszy zwykły sposób dostarczenia oferowany przez przedsiębiorcę, przedsiębiorca nie jest zobowiązany do zwrotu konsumentowi poniesionych przez niego dodatkowych kosztów"</i> . Przedsiębiorca nie ma obowiązku oferowania więcej niż jednego sposobu doręczenia konsumentowi przesyłki. W sytuacji jednak, gdy oferowana jest tylko jedna metoda dostawy, w razie odstąpienia przez konsumenta od umowy przedsiębiorca zobowiązany jest zwrócić koszty dostawy towaru do konsumenta.  Zwrot pieniędzy dotyczy tylko kosztu przesyłki nadanej do konsumenta. Koszt odesłania towaru pokrywa konsument. Przedsiębiorca nie może narzucić mu sposobu, w jaki ma on to zrobić.
3	Art. 2 pkt 1) Pk	NC+	Charakter umowy zawieranej we wskazanym przez konsumenta miejscu z wykorzystaniem kuriera, który w wykonaniu rozmowy telefonicznej odbytej pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą przekazuje konsumentowi jednostronnie podpisany przez przedsiębiorcę komplet dokumentów uprzednio uzgodniony przez telefon do podpisu konsumenta.	Umowa zawierana we wskazanym przez konsumenta miejscu z wykorzystaniem kuriera, który w wykonaniu rozmowy telefonicznej odbytej pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą przekazuje konsumentowi jednostronnie podpisany przez przedsiębiorcę komplet dokumentów uprzednio uzgodniony przez telefon do podpisu konsumenta jest umową zawieraną na odległość zgodnie

Na bazie tego przypadku powstaje pytanie, jaki charakter ma opisany model sprzedaży czy jest to umowa zawierana na odległość, czy może poza lokalem przedsiębiorstwa, czy też model ten nie jest regulowany ani Ustawą o prawach konsumenta ani też Ustawą prawo telekomunikacyjne. Fundamentalnym jest pytanie czy podczas rozmowy z klientem należy przekazywać mu obowiązki informacyjne opisane w art. 12 Ustawy o prawach konsumenta. Czy klient ma prawo odstąpić w terminie 10/14 dni od podpisania umowy od tak zawartej umowy.

Literalne czytanie zarówno Pt jak i Ustawy Pk prowadzi do wniosku, że taki model nie wypełnia przesłanek zawarcia umowy na odległość ani też poza lokalem przedsiębiorstwa, tak więc nie powinno się przekazywać obowiązków informacyjnych ani też przyznawać prawa do odstąpienia od umowy w terminie 10/14 dni.

z art. 2 pkt 1 Pk.

W przypadku natomiast, gdy kurier jest umocowany przez przedsiębiorcę do podpisania umowy w imieniu przedsiębiorcy - zgodnie z art. 2 pkt 2 lit. a Pk zawierana jest umowa poza lokalem przedsiębiorstwa.

W odniesieniu do pytania "Czy podczas rozmowy z klientem należy przekazywać mu obowiązki informacyjne opisane w art. 12 Ustawy o prawach konsumenta?", należy wskazać, że zgodnie z art. 19 ustawy Pk "Jeżeli właściwości techniczne użytego środka porozumiewania się na odległość ograniczają rozmiar możliwych do przekazania informacji lub czas na ich przedstawienie, przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi przed zawarciem umowy co najmniej informacje dotyczące głównych cech świadczenia przedsiębiorcy, oznaczenia przedsiębiorcy, łącznej ceny lub wynagrodzenia, prawa odstąpienia od umowy, czasu trwania umowy, a jeżeli umowa została zawarta na czas nieoznaczony - sposobu i przesłanek jej wypowiedzenia. Przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi pozostałe informacje, o których mowa w art. 12 ust. 1, zgodnie z art. 14 ust. 2." Należy zaznaczyć, że art. 19 Pk znajduje zastosowanie do umów zawieranych z wykorzystaniem telefonu. Powyższa interpretacja, zgodna jest z brzmieniem art. 8 ust. 4 i 5 Dyrektywy 2011/83/UE, którego art. 19 jest implementacją.

Mając na uwadze powyższe należy wskazać, że w przypadku rozmowy telefonicznej z klientem przedsiębiorca ma obowiązek przekazać konsumentowi przed zawarciem umowy co najmniej informacje dotyczące głównych cech świadczenia przedsiębiorcy, oznaczenia przedsiębiorcy, łącznej ceny lub wynagrodzenia, prawa odstąpienia od umowy, czasu trwania umowy, a jeżeli umowa została zawarta na czas nieoznaczony - sposobu i przesłanek jej wypowiedzenia a informacje pozostałe, o których mowa w art. 12 zgodnie z art. 14 ust. 2 ustawy Pk ma obowiązek przekazać konsumentowi w terminie późniejszym, ale nie później niż do momentu wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową.

W odniesieniu do pytania "Czy klient ma prawo odstąpić w terminie 10/14 dni od podpisania tak zawartej umowy?" należy zapoznać się ze stanowiskiem wyrażonym w pkt 52 niniejszego stanowiska.

4	<b>Art. 2 pkt 4) Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	W ocenie Izby definicja ta obejmuje również e-mail, co potwierdza także uzasadnienie Ustawy.	<p>Zgodnie z motywem 23 preambuły Dyrektywy 2011/83/UE <i>"Trwałe nośniki umożliwiają konsumentowi przechowywanie informacji tak długo, jak jest to dla niego konieczne w celu ochrony swoich interesów wynikających ze stosunków łączących go z przedsiębiorcą. Takie nośniki powinny obejmować w szczególności papier, pamięć USB, płyty CD-ROM, DVD, karty pamięci lub dyski twarde komputerów, a także pocztę elektroniczną."</i> Zgodnie z art. 2 pkt 4 Pk (stanowiącym implementację powyższego motywu Dyrektywy 2011/83/UE) <i>„trwały nośnik - materiał lub narzędzie umożliwiające konsumentowi lub przedsiębiorcy przechowywanie informacji kierowanych osobiście do niego, w sposób umożliwiający dostęp do informacji w przyszłości przez czas odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i które pozwalają na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci;”</i></p> <p>Dyrektywa 2011/83/UE pozostawia otwarty katalog narzędzi, które mogą spełniać rolę trwałego nośnika, jednakże wymienia przykładowy katalog takich narzędzi, do którego zalicza również pocztę elektroniczną. Tak więc za trwały nośnik, w rozumieniu Pk, należy uznać również e-mail.</p>
5	<b>Art. 2 pkt 4) Pk</b>	<b>PIKE/ VECTRA</b>	Motyw 23 wdrażanej Dyrektywy 2011/83/UE Parlamentu Europejskiego i Rady o prawach konsumenta wskazuje na szeroki zakres przedmiotowy pojęcia i podkreślają cel nośnika: umożliwienie konsumentowi przechowywania informacji tak długo, jak jest to dla niego konieczne. Motyw wprost wskazuje, że e-mail spełnia ten warunek. Z tego względu PIKE stoi na stanowisku, iż także wiadomość sms odpowiada takiej definicji. Po aktywacji konta abonenckiego w definicji trwałego nośnika mieszczą się też dane zamieszczone na serwerze przedsiębiorcy, gdyż abonent po podaniu hasła ma do nich swobodny dostęp.	<p>W celu wykonywania obowiązków określonych w ustawie Pk, definicja trwałego nośnika, wyjaśniona w motywie 23 Dyrektywy 2011/83/UE, pod warunkami, o których mowa poniżej, mogłaby obejmować również wiadomość SMS. Wiadomość SMS może zostać uznana za trwały nośnik tylko i wyłącznie w przypadku, gdy spełni następujące warunki: będzie umożliwiała przechowywanie informacji kierowanych do konsumenta osobiście; konsument będzie miał umożliwiony dostęp do informacji w przyszłości; dostęp w przyszłości będzie zagwarantowany na okres czasu, który będzie odpowiedni do celów, jakim przekazane informacje służą i będzie narzędziem, które pozwoli na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej formie. Podsumowując jeżeli przedsiębiorca telekomunikacyjny będzie w stanie zagwarantować, że wiadomość SMS spełni powyższe warunki, to wówczas będzie mogła zostać uznana za trwały nośnik w rozumieniu ustawy Pk.</p> <p>W odniesieniu do zagadnienia konta abonenckiego, należy wskazać, że konto abonenckie zamieszczone na serwerze przedsiębiorcy nie spełnia przesłanek trwałego nośnika, gdyż przedsiębiorca ma dostęp do tych danych i może je zmieniać lub usuwać. Ponadto dostęp ten będzie dla konsumenta zablokowany w przypadku rozwiązania umowy.</p>

6	Art. 2 pkt 4) Pk	MEDIAKOM	Czy w zakresie komentowanej definicji mieści się plik zapisany w sposób uniemożliwiający edycję, przesłany w formie elektronicznej?	Trwałym nośnikiem może zostać uznane narzędzie tylko i wyłącznie w przypadku, gdy: będzie umożliwiało przechowywanie informacji kierowanych do konsumenta osobiście; konsument będzie miał umożliwiony dostęp do informacji w przyszłości; dostęp w przyszłości będzie zagwarantowany na okres czasu, który będzie odpowiedni do celów, jakim przekazane informacje służą i będzie narzędziem, które pozwoli na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionym formacie. Podsumowując jeżeli przedsiębiorca telekomunikacyjny będzie w stanie zagwarantować, że plik zapisany w sposób uniemożliwiający edycję, przesłany w formie elektronicznej, spełni powyższe warunki, to wówczas będzie mógł zostać uznany za trwały nośnik w rozumieniu ustawy Pk.
7	Art. 2 pkt 4) Pk	UPC	Definicja powinna być jak najszersza, umożliwiając korzystanie z nowoczesnych technologii przez przedsiębiorców, co zdaniem UPC odpowiada intencji ustawodawcy unijnego (patrz. Motyw 23 Dyrektywy).	W opinii UKE trwałym nośnikiem może zostać uznane narzędzie tylko i wyłącznie w przypadku, gdy: będzie umożliwiało przechowywanie informacji kierowanych do konsumenta osobiście; konsument będzie miał umożliwiony dostęp do informacji w przyszłości; dostęp w przyszłości będzie zagwarantowany na okres czasu, który będzie odpowiedni do celów, jakim przekazane informacje służą i będzie narzędziem, które pozwoli na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionym formacie. Podsumowując jeżeli przedsiębiorca telekomunikacyjny będzie w stanie zagwarantować, że wybrane narzędzie spełni powyższe warunki, to wówczas będzie mogło zostać uznane za trwały nośnik w rozumieniu ustawy Pk. Należy jednak wyraźnie zaznaczyć, że nie można przyjmować założenia, że definicja powinna być jak najszersza. Definicja mieści bowiem tego rodzaju technologie, które spełnią przesłanki, o których mowa powyżej.
8	Art. 8 Pk	KIGEIT	<u>„Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową”</u> - Izba zwraca uwagę na konieczność wyjaśnienia, jak należy rozumieć moment wskazany w podkreślonym fragmencie. Niezależnie od powyższego zwracamy uwagę, że znaczna część wymienionych w art. 8 (oraz art. 12) obowiązków informacyjnych stanowią obowiązkowe elementy umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (zgodnie z art. 56 ust. 3 Pt). Należy zatem wyjaśnić, czy w tym zakresie Ustawa nakłada dodatkowy obowiązek informacyjny (sprowadzający się do konieczności zdublowania dużej części treści umowy, regulaminu i cennika), czy też w takim zakresie, w jakim informacje są ujęte w tych dokumentach, wystarczające i spełniające wymogi ustawowe jest przekazanie dokumentów	„Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową” - w opinii UKE - określa moment, w którym przedsiębiorca najpóźniej <i>„ma obowiązek poinformować konsumenta, o ile informacje te nie wynikają już z okoliczności, w sposób jasny i zrozumiały”</i> o informacjach zawartych w pkt 8 ustawy Pk. Art. 8 i 12 Pk dotyczą etapu przedkontraktowego. Ponadto, należy zauważyć, że moment wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową nie musi być równoznaczny z momentem zawarcia umowy (do zawarcia umowy może w ogóle nie dojść).  Zawierając umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych poza lokalem lub na odległość, przedsiębiorca telekomunikacyjny musi

			<p>stanowiących umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych (za takim podejściem opowiada się Izba). Podkreślamy, że zachodząca tu kolizja jest jednym z licznych przypadków znaczących rozbieżności pomiędzy Pt, a ustawą o prawach konsumenta. Należy wskazać, że w obu przypadkach przepisy mówią o realizacji obowiązku informacyjnego, a obowiązki te określone są w sposób komplementarny. Tym samym nie wydaje się uzasadnione stosowanie obu regulacji w tym samym zakresie, gdyż mogą one jedynie doprowadzić do mniejszej przejrzystości i zrozumiałości wzorca umownego (co jest sprzeczne z celem tej regulacji)</p>	<p>przekazać konsumentowi określone informacje (stosownie do art. 12, 17, 19 Pk) w sposób wynikający z art. 13, 14, 15, 17, 19, 21 Pk.</p> <p>Zawierając umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w lokalu przedsiębiorstwa, przedsiębiorca telekomunikacyjny musi respektować art. 8 Pk. W związku z powyższym, w sytuacji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w lokalu przedsiębiorstwa ustawa Pk – jako nakładająca dodatkowo, w stosunku do ustawy Pt, obowiązki, wymaga uwzględnienia tych obowiązków <u>„Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową” poprzez udzielenie odpowiednich informacji konsumentom.</u> Przy czym odpowiednie uwzględnienie przez przedsiębiorców obowiązków wynikających z Pk nie <i>powinno polegać na dublowaniu postanowień już przewidzianych przez Pt, a na odpowiednim ich uzupełnieniu zgodnie z ustawą Pk</i> i przekazaniu tych informacji najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową.</p>
9	<b>Art. 8 Pk</b>	<b>PIKE</b>	<p>Czy informacje sprecyzowane we wskazanym przepisie muszą być zwarte w umowie z abonentem i czy ich następcza zmiana rodzi jakiegokolwiek konsekwencje dla czasu trwania zawartej umowy? Z uwagi na systemową spójność tekstu i zasadę racjonalnego prawodawcy PIKE konkluduje, że nie, a contrario do treści art. 22 ustawy, który wprost określa iż zakres przedmiotowy obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy określony w art. 12 ust. 1 stanowi integralną część umowy i precyzuje konieczność uzgodnienia tych zmian z konsumentem.</p> <p>Warto doprecyzować pojęcie „okoliczności”, o których mówi wskazany artykuł ustawy, z których wynikać może zwolnienie przedsiębiorcy z danego obowiązku informacyjnego. Zgodnie z treścią „DG Justice Guidance Document concerning Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights z czerwca 2014 roku (dalej DG Justice Guidance): “For on-premises contracts, Article 5 allows traders to not provide information that is 'already apparent from the context'. The concept of information 'already apparent from the context' is also used in the UCPD. The 2009 Guidance on the UCPD11 mentions the trader's geographical address and identity as information that can sometimes be considered as 'obvious or apparent from the context', for example, the address of a shop or restaurant that the consumer is already in. It also includes examples of goods whose main characteristics are apparent from looking at them (for further details see p. 49 – 52 of the Guidance on the UCPD on information requirements under its Article 7(4)).”</p> <p>Należy mieć na uwadze, że następcza zmiana informacji wskazanych w art. 8 objętych obowiązkiem informacyjnym zazwyczaj jest powodowana czynnikami niezależnymi od przedsiębiorcy lub obojętna</p>	<p>Zawierając umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w lokalu przedsiębiorstwa, przedsiębiorca telekomunikacyjny musi respektować art. 8 Pk. Art. 8 Pk nie nakłada na przedsiębiorcę obowiązku zawarcia wskazanych w nim informacji w umowie zawartej z konsumentem.</p> <p>Jednocześnie należy wskazać, że niezrozumiałe jest łączenie przez PIKE art. 8 z art. 12 i 22 Pk.</p> <p>W związku z powyższym, w sytuacji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w lokalu przedsiębiorstwa ustawa Pk – jako nakładająca dodatkowo, w stosunku do ustawy Pt, obowiązki, wymaga uwzględnienia tych obowiązków <u>„Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową” poprzez udzielenie odpowiednich informacji konsumentom.</u> Przy czym odpowiednie uwzględnienie przez przedsiębiorców obowiązków wynikających z Pk nie <i>powinno polegać na dublowaniu postanowień już przewidzianych przez Pt, a na odpowiednim ich uzupełnieniu zgodnie z ustawą Pk</i> i przekazaniu tych informacji najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową.</p>

			dla konsumentów. Przykładem może być zmiana firmy przedsiębiorcy (np. na skutek przekształcenia), adresu lub siedziby przedsiębiorcy telekomunikacyjnego. Art. 60a ust. 4 Pt stanowi, że informacja o powyższych zmianach nie stanowi zmiany umowy warunków umowy zawartej z abonentem-konsumentem. Natomiast art. 22 wdrożonej ustawy reguluje, że wskazane informacje na temat przedsiębiorcy stanowią integralną część umowy. Przy takim brzmieniu ustawy i przy założeniu jej prymatu nad Pt zmiana formy prawnej, firmy czy też adresu siedziby przedsiębiorcy telekomunikacyjnego stanowiłaby w rezultacie jednostronną zmianę umowy abonenckiej. Stosowanie przepisów ustawy prowadziłyby więc do konfliktu z przepisami Pt, zgodnie z którymi zmiana taka jak firmy przedsiębiorcy nie stanowi w ogóle zmiany umowy. Tym samym właściwa winna być interpretacja nadająca prymat stosowaniu przepisów Pt.	
10	<b>Art. 8 pkt 1) Pk Art. 12 ust. 1 pkt 1) Pk główne cechy świadczenia</b>	<b>KIGEIT</b>	Takie brzmienie przepisu może rodzić wątpliwości, czy „uwzględnienie przedmiotu świadczenia oraz sposobu porozumienia się z konsumentem” stanowią niektóre z „głównych cech świadczenia”, o których przedsiębiorca musi poinformować konsumenta, czy też czynniki te wpływają na zakres informacji, których należy udzielić konsumentowi. Zwracamy uwagę, że zgodnie z Dyrektywą [art. 5 ust. 1a)] obowiązek informacji obejmuje „główne cechy towarów lub usług w zakresie, w jakim jest to właściwe dla danego środka przekazu oraz dla towarów lub usług”.	Art. 8 pkt 1 Pk stanowi, że przedsiębiorca jest zobligowany do poinformowania konsumenta w jasnej i zrozumiałej formie o „głównych cechach świadczenia, z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia oraz sposobu porozumiewania się z konsumentem”. „Uwzględnienie przedmiotu świadczenia oraz sposobu porozumienia się z konsumentem” stanowią - zdaniem UKE - niektóre z „głównych cech świadczenia”, o których przedsiębiorca musi poinformować konsumenta. Innymi słowy przedsiębiorca telekomunikacyjny przekazując informacje o „głównych cechach świadczenia” jest zobligowany do przekazania również informacji o przedmiocie świadczenia oraz sposobie porozumiewania się z konsumentem.  Czynniki te (przedmiot świadczenia, sposób porozumiewania się z konsumentem) wpływają na zakres informacji o głównych cechach świadczenia, jakie należy przekazać konsumentowi.
11	<b>Art. 8 Pk</b>	<b>PIKE</b>	<u>Informacja o sposobie porozumiewania się z konsumentem. Co rozumieć należy pod pojęciem „porozumiewania się”?</u> DG Justice Guidance wskazuje na subsydiarny charakter uregulowań przepisów Dyrektywy względem innych unijnych regulacji, w szczególności regulacji sektorowych: „Under Article 3(2)13, the Consumer Rights Directive is without prejudice to the application of information requirements under other EU legislation, such as the Data Protection Directive 95/46/EC and the ePrivacy Directive 2002/58/EC, which are particularly relevant in online sales for issues such as information about data processing and data subjects' consent to the tracking and use of personal data supplied. Furthermore, additional information requirements are set out in the Universal Service Directive 2002/22/EC for electronic communications services, the Audiovisual	Art. 56 Pt określa obowiązkowe elementy umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Art. 8 i 12 Pk określają obowiązki informacyjne dotyczące przekazania konsumentowi określonych informacji najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową. Wobec powyższego należy wskazać, że brak jest sprzeczności pomiędzy regulacjami art. 56 Pk a art. 8 i 12 Pk.  Pod pojęciem "porozumiewania się" z konsumentem należy rozumieć przewidziane przez przedsiębiorcę sposoby powiadamiania użytkownika za pomocą telefonu, faxu i innych środków porozumiewania się na odległość.

			<p>Media Services Directive 2010/13/EU for audiovisual services, Directive 2009/72/EC for electricity, Directive 2009/73/EC for natural gas etc.” Oznacza to tym samym, że intencją unijnego prawodawcy było nadanie przepisom wdrażanej dyrektywy charakteru ogólnego, generalnego, znajdującego zastosowanie w przypadku braku regulacji szczegółowych innych aktów. Powinno to stanowić wskazówkę dla krajowych ustawodawców co do analogicznego usystematyzowania transponujących przepisów względem regulacji sektorowych. W opinii PIKE obowiązki nałożone na przedsiębiorców telekomunikacyjnych w Pt stanowią wystarczający zakres informacyjny i dublowanie informacji służących w istocie temu samemu celowi skomplikuje jedynie obrót gospodarczy.</p>	<p>W celu uzupełnienia powyższego wywodu należy wskazać na kwestię zależności między ustawą Pt a ustawą o Pk, która została opisana w pkt 1 niniejszego stanowiska „Wzajemne relacje przepisów Pt i Pk”.</p>
12	<p><b>Art. 8 pkt 2) Pk</b>  <b>Art. 12 ust. 1 pkt 2) Pk</b>  <b>dane</b>  <b>identyfikujące</b></p>	KIGEIT	<p>Uwaga de lege ferenda: Ustawa przewiduje, że obowiązek poinformowania o danych przedsiębiorstwa obejmuje również informacje o „organie, który zarejestrował działalność gospodarczą, i numerze, pod którym został zarejestrowany”. Zdaniem Izby należy taki obowiązek uznać za zbędny. Przede wszystkim nie wpływa on w żaden pozytywny sposób na sytuację konsumenta (który takie informacje ostatecznie otrzyma w umowie), a z perspektywy przedsiębiorcy, przy niektórych kanałach sprzedaży może być to czynnik negatywnie wpływający na efektywność takiego kanału. Należy również podkreślić, że Dyrektywa nie przewiduje takiego obowiązku. W art. 5 ust. 1 b) obowiązkiem informacji obejmuje się „dane identyfikujące przedsiębiorcę, na przykład firma przedsiębiorcy, pełny adres pocztowy, pod którym przedsiębiorca prowadzi przedsiębiorstwo, oraz numer telefonu przedsiębiorcy”. W tym kontekście wymóg podania konsumentowi ww. informacji należy uznać za nadmiarowy, zwłaszcza w kontekście tak licznych obowiązków</p>	<p>Należy wskazać, że uwagi przedstawione w niniejszym punkcie - dotyczące uwag <i>de lege ferenda</i> - nie są przedmiotem niniejszego stanowiska.</p>

			informacyjnych, które staną się dla Konsumenta całkowicie nieczytelne.	
--	--	--	--	--

13	<b>Art. 8 pkt 2) Pk Art. 12 ust. 1 pkt 2) Pk dane identyfikujące</b>	<b>PIKE/ VECTRA</b>	<p><u>Czy dane dotyczące organu rejestrującego działalność obejmują UKE (jako prowadzącego Rejestr Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych)? Czy adres prowadzenia przedsiębiorstwa to adres jego siedziby, czy np. adres biura obsługi konsumenta? Analogiczne pytanie dotyczy numeru kontaktowego telefonu.</u></p> <p>Podawanie w opinii Izby UKE jako organu, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy jest zbędne. Z funkcjonalnego punktu widzenia fakt rejestracji w RPT przez UKE jest dla konsumenta irrelevantny wprowadzać może niepotrzebne komplikacje. Podanie właściwego sądu oraz wydziału gospodarczego Krajowego rejestru Sądowego jest wystarczające dla realizacji wskazanego obowiązku informacyjnego.</p> <p>PIKE stoi na stanowisku, że adres siedziby winien być rozumiany jako miejsce, gdzie konsument może skutecznie złożyć oświadczenie woli. Tak też wskazuje KE w DG Justice Guidance, gdzie pojęcie prowadzenia przedsiębiorstwa „establishment” jest rozumiane jako rzeczywiste prowadzenie działalności gospodarczej ze stabilną infrastrukturą i gdzie usługi są rzeczywiście świadczone. Oznacza to, że unijny prawodawca przykładą wagę nie tyle do nominalnej siedziby danego przedsiębiorstwa, a do lokalizacji która ma praktyczne znaczenie dla konsumenta. KE powołuje się na definicje z art. 4 Dyrektywy o usługach 2006/123/WE. Analogicznie ma się rzecz w stosunku do numeru telefonu – celem regulacji jest zapewnienie konsumentowi możliwie szybkiej i skutecznej drogi załatwienia sprawy, co umożliwiają centra abonenckie lub punkty kontaktów z klientami z wyspecjalizowaną kadrą pracowniczą. Izba podnosi ponadto, iż w przypadkach, w których dany przedsiębiorca posiada kilka lub dziesiątki tzw. Biur Obsługi Klienta, a w przypadku ogólnokrajowych przedsiębiorców telekomunikacyjnych jest to sytuacja zwyczajna, wystarczające powinno być podanie jednego adresu kontaktowego, zgodnie zresztą z uregulowaniem zawartym w art. 68 Pt. W opinii PIKE winna być to – w braku odmiennych, jednoznacznych przesłanek – siedziba przedsiębiorcy telekomunikacyjnego. Nadmiernie uciążliwym dla przedsiębiorcy a także bez dodatkowej korzyści dla konsumenta byłoby interpretowanie wskazanego przepisu w sposób prowadzący do przyjęcia obowiązku wskazywania wszystkich takich adresów.</p>	<p>Art. 5 ust. 1 b) Dyrektywy 2011/83/UE stanowi, że obowiązkiem informacji obejmuje się „dane identyfikujące przedsiębiorcę, na przykład firma przedsiębiorcy, pełny adres pocztowy, pod którym przedsiębiorca prowadzi przedsiębiorstwo, oraz numer telefonu przedsiębiorcy”. Należy zauważyć, że niniejszy przepis ma charakter wyliczenia "otwartego", o czym przesądza sformułowanie w nim użyte, tj. "dane identyfikujące przedsiębiorcę, na przykład (...)".</p> <p>W związku z tym faktem ustawa Pk może przewidywać obowiązek poinformowania o danych przedsiębiorstwa obejmujący również informacje o „organie, który zarejestrował działalność gospodarczą, i numerze, pod którym został zarejestrowany”. Należy przy tym zauważyć, iż Ustawa Pk nie nakłada na przedsiębiorcę telekomunikacyjnego obowiązku podawania numeru z rejestru UKE. W tym zakresie wystarczające jest podanie sądu, wydziału i numeru KRS.</p> <p>W zakresie pytania „Czy adres prowadzenia przedsiębiorstwa to adres jego siedziby, czy np. adres biura obsługi konsumenta? Analogiczne pytanie dotyczy numeru kontaktowego telefonu.”, należy wskazać, że adres siedziby winien być rozumiany jako miejsce, gdzie konsument może skutecznie złożyć oświadczenie woli. Tak też wskazuje KE w DG Justice Guidance, gdzie pojęcie prowadzenia przedsiębiorstwa „establishment” jest rozumiane jako rzeczywiste prowadzenie działalności gospodarczej ze stabilną infrastrukturą i gdzie usługi są rzeczywiście świadczone. Oznacza to, że unijny prawodawca przykładą wagę nie tyle do nominalnej siedziby danego przedsiębiorstwa, a do lokalizacji która ma praktyczne znaczenie dla konsumenta.</p>
----	--	---------------------	--	--

14	<b>Art. 8 pkt 3) Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	<p>Po pierwsze, w kontekście możliwych sankcji za naruszenia tych przepisów (kary nakładane przez Prezesa UOKiK), zdaniem Izby należy unikać sformułowań nieostrych, takich jak „rozsądnie oceniając”.</p> <p>Odnosząc się do zakresu przedmiotowego omawianego przepisu Izba zwraca uwagę, że Dyrektywa, w przeciwieństwie do Ustawy, nie obejmuje swoim zakresem „jakichkolwiek innych kosztów”. Dla porównania, zakres odpowiedniego przepisu Dyrektywy [art. 5 ust. 1 c)] wskazuje, co następuje „łączna cena towarów lub usług wraz z podatkami lub, w przypadku gdy charakter towarów lub usług nie pozwala w sposób racjonalny na wcześniejsze obliczenie ceny - sposób, w jaki ma być obliczana cena, jak również, w przypadku gdy ma to zastosowanie, wszystkie dodatkowe opłaty za transport, dostarczenie lub usługi pocztowe lub, w przypadku gdy nie można w sposób racjonalny wcześniej obliczyć tych opłat - informacja o możliwości powstania konieczności uiszczenia takich dodatkowych opłat”. Obowiązek podania informacji o jakichkolwiek innych kosztach, na przykład w kontekście zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, wydaje się być nadmiernie uciążliwe, chyba, że uznamy (za czym Izba się opowiada), że przekazanie cennika spełnia opisywany wymóg wynikający z Ustawy.</p>	Przekazanie cennika spełnia opisywany wymóg wynikający z art. 8 ust. 3 ustawy Pk.
15	<b>Art. 8 pkt 3) Pk</b>	<b>PIKE/ VECTRA</b>	<p>W opinii PIKE w przypadkach takich jak telefonia czy VOD, gdzie łączna cena świadczenia nie może w żadne sposób być obliczona z wyprzedzeniem, obowiązek jej dookreślenia jest niemożliwy. Przedsiębiorca może określić jedynie opłaty stałe, od których zależeć może łączny koszt usługi poniesiony finalnie przez abonenta.</p>	Przekazanie cennika spełnia opisywany wymóg wynikający z art. 8 ust. 3 ustawy Pk.

16	<b>Art. 8 pkt 4) Pk Art. 12 ust. 1 pkt 21) Pk sposób i termin spełnienia świadczenia</b>	<b>KIGEIT</b>	Izba zwraca uwagę, że Dyrektywa zastrzega w tym zakresie, że obowiązek ten aktualizuje się „w przypadku gdy ma to zastosowanie” [art. 5 ust. 1 d)]. Ponadto należy podnieść wątpliwości, jak szczegółowy musi być zakres informacji o procedurze rozpatrywania reklamacji. W przypadku usług telekomunikacyjnych procedura ta jest dość szczegółowa, regulowana rozporządzeniem w sprawie trybu postępowania reklamacyjnego oraz warunków, jakim powinna odpowiadać reklamacja usługi telekomunikacyjnej. Nie wydaje się, by podawanie mocno rozbudowanej informacji w tym zakresie miało większy sens. Jednocześnie przedsiębiorcy mogą być zmuszeni (działając z ostrożności) do podawania bardzo szczegółowych informacji z uwagi na ew. ryzyko nałożenia kary pieniężnej. Wydaje się zatem, że przekazanie regulaminu, który zawiera informacje dotyczące trybu reklamacyjnego powinno być uznane za spełniające wymogi wynikające z Ustawy.	Art. 8 i art. 12 Pk dotyczą przekazania informacji na etapie przedkontraktowym (w przeciwieństwie do art. 56 Pt, który dotyczy elementów umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych). W celu dochowania wymogom art. 8 pkt 4 i art. 12 ust. 1 pkt 21 Pk może być wystarczające przekazanie regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych zawierającego informacje m.in. o stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji, itp. Art. 8 pkt 4 ustawy Pk wskazuje, że przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta o "sposobie i terminie spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji". Obowiązek ten jest zawarty w ustawie PT, w art. 56 ust. 3 pkt 2 i 16 i realizowany przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych, z tym, że teraz informacja o procedurze rozpatrywania reklamacji musi zostać przekazana konsumentowi na etapie przedkontraktowym (przed podpisaniem umowy).
17	<b>Art. 8 pkt 5) Pk odpowiedzialność przedsiębiorcy za jakość</b>	<b>KIGEIT</b>	Izba wyraża wątpliwość odnośnie tego, który przepis Dyrektywy jest implementowany tym postanowieniem. Być może chodzi o art. 5 ust. 1 e) przewidującego konieczność zapewnienia informacji o „istnieniu prawnego obowiązku zapewnienia zgodności towaru z umową”. W ocenie Izby omawiany przepis Ustawy nie pokrywa się w przepisem Dyrektywy (co wobec charakteru harmonizacji należy uznać za nieuprawnione rozszerzenie obowiązków z dyrektywy) i może powodować istotne wątpliwości w przypadku usług telekomunikacyjnych, w których może znaleźć zastosowanie wiele postanowień dotyczących odpowiedzialności przedsiębiorcy (bonifikata i odszkodowanie za przerwy w świadczeniu usługi, odszkodowanie za nieprawidłowości w procesie przeniesienia numeru, odszkodowanie za niezapewnienie wskaźników jakościowych). W tym zakresie również, zdaniem Izby, ujęcie tych kwestii w regulaminie i przekazanie tego regulaminu spełnia wymogi wynikające z Ustawy.	Art. 8 i art. 12 Pk dotyczą przekazania informacji na etapie przedkontraktowym (w przeciwieństwie do art. 56 Pt, który dotyczy elementów umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych). W celu dochowania wymogom art. 8 pkt 5 Pk może być wystarczające przekazanie regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych zawierającego informacje m.in. o stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji, itp.
18	<b>Art. 8 pkt 5) Pk odpowiedzialność przedsiębiorcy za jakość</b>	<b>PIKE/ VECTRA</b>	Oprócz specjalnych uregulowań dotyczących usługi powszechnej i świadczenia na rzecz jednostek uprawnionych Pt nie przewiduje odrębnych od wskazanych w zasadach ogólnych Kodeksu cywilnego zasad odpowiedzialności za jakość świadczenia. Wystarczające byłoby więc w opinii PIKE odesłanie do ogólnych uregulowań KC lub wskazanie odmiennych zasad odpowiedzialności, stosowanych przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego. Warto zauważyć, iż obowiązek taki wynika już obecnie z treści art. 56 ust. 3 pkt 15 Pt.	Art. 8 i art. 12 Pk dotyczą przekazania informacji na etapie przedkontraktowym (w przeciwieństwie do art. 56 PT, który dotyczy elementów umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych). W celu dochowania wymogom art. 8 pkt 5 Pk może być wystarczające przekazanie regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych zawierającego informacje m.in. o stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji, itp.

19	<b>Art. 8 pkt 6) Pk Art. 12 ust. 1 pkt 14) Pk treść gwarancji i usług posprzedażnych</b>	KIGEIT	<p>Kolejnym elementem objętym obowiązkiem informacji są dane dotyczące „treści usług posprzedażnych i gwarancji”. Izba podnosi wątpliwość, jak należy rozumieć sformułowanie „treść usług posprzedażnych” w kontekście świadczenia usług telekomunikacyjnych, gdzie zazwyczaj katalog usług dodatkowych jest dość szeroki. W kontekście możliwych ryzyk związanych z nałożeniem kary pieniężnej wątpliwości takie powinny być rozwiane. Dodatkowo zwracamy uwagę, że w Dyrektywie [art. 5 ust. 1 e)] używa się sformułowania „istnienie i warunki usług posprzedażnych”, co jest zdaniem Izby sformułowaniem bardziej adekwatnym niż „treść usług”.</p>	<p>W art. 5 ust. 1 lit. e Dyrektywy 2011/83/UE przedsiębiorca zobligowany jest do przekazania konsumentowi informacji w zakresie "(...)istnienia i warunków usług posprzedażnych oraz gwarancji handlowych, w przypadku gdy ma to zastosowanie.". Także - w opinii UKE - tylko w przypadku, gdy przedsiębiorca będzie oferował usługi posprzedażne, jest zobligowany poinformować o tym konsumentów. Sformułowanie "usług posprzedażnych" (after-sales services) zgodnie z DG Justice Guidance należy tłumaczyć jako "informacje na temat usług posprzedażnych powinny w szczególności wyjaśniać, gdzie usługa zostanie przeprowadzona i kto ponosi koszty transportu (o ile dotyczy)". (the information about the after sales services should in particular explain where the service will be carried out and who bears the cost of transport (if applicable)). Także przedsiębiorca telekomunikacyjny na podstawie przepisów ustawy Pk będzie zobligowany do przekazania konsumentowi wszelkich informacji o usługach świadczonych po zawarciu umowy o świadczeniu usług telekomunikacyjnych. Należy także wskazać, że art. 8 i art. 12 Pk dotyczą przekazania informacji na etapie przedkontraktowym (w przeciwieństwie do art. 56 Pt, który dotyczy elementów umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych). W celu dochowania wymogom art. 8 pkt 6 i art. 12 ust. 1 pkt 14 Pk może być wystarczające przekazanie regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych zawierającego informacje m.in. o stosowanej przez przedsiębiorcę procedurze rozpatrywania reklamacji, itp.</p>
20	<b>Art. 8 pkt 6) Pk Art. 12 ust. 1 pkt 14) Pk treść gwarancji i usług posprzedażnych</b>	PIKE/ VECTRA	<p>Komisja Europejska w DG Justice Guidance podaje jako przykłady jedynie informacje o tym gdzie usługi posprzedażne miałyby być wykonywane i kto ponosiłby koszty transportu, jeżeli ten miałyby zastosowanie. Odnosi się to jedynie klarownie w stosunku do serwisowania sprzętu udostępnionego abonentowi. PIKE wnioskuje o doprecyzowanie wskazanych usług przez UOKiK, względnie podanie przykładów dla uzyskania transparentności przepisu.</p>	<p>Należy wskazać w szczególności jakie uprawnienia przysługują konsumentowi w zakresie gwarancji i usług posprzedażnych, w jaki sposób konsument może je realizować, w jakich terminach, podmiot odpowiedzialny w zakresie gwarancji i usług posprzedażnych, koszty transportu jeśli miałyby zastosowanie, zasady korzystania z urządzenia zastępczego jeśli miałyby zastosowanie.</p>
21	<b>Art. 8 pkt 7) Pk czas trwania i sposoby, przesłanki rozwiązania umowy</b>	KIGEIT	<p>Izba wyraża wątpliwość odnośnie szczegółowości podawanych informacji. W przypadku regulaminów świadczenia usług telekomunikacyjnych zazwyczaj jest wiele wariantów, w których możliwe jest wypowiedzenie umowy. W tym kontekście należy jednoznacznie rozstrzygnąć, czy przedsiębiorca powinien poinformować o wszystkich możliwych rozwiązaniach dotyczących wypowiedzenia umowy? Zdaniem Izby, w przypadku, w jakim umowa (regulamin) reguluje tą kwestię, to przekazanie takiego dokumentu będzie spełniać wymóg ustawowy.</p> <p>Izba zwraca również uwagę na konieczność wyjaśnienia pojęcia automatycznego przedłużenia umowy.</p>	<p>Zgodnie z art. 8 pkt 7) Pk przedsiębiorca musi poinformować konsumenta o sposobie i przesłankach wypowiedzenia umowy, w przypadku umów zawartych na czas nieokreślony oraz automatycznie przedłużonych. Oznacza to, iż zgodnie ze wskazanym przez PIKE pkt b należy wskazać przesłanki, uprawniające strony do wypowiedzenia umowy i tryb wypowiedzenia umowy. Przy czym powinny być to wszystkie przesłanki umożliwiające rozwiązanie umowy, nie tylko te związane z naruszeniem postanowień umownych. Należy podkreślić, iż elementy wymagane w niniejszym punkcie są objęte wymogiem umieszczenia ich w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych w art. 56 ust. 3 pkt 9 Pt, a w związku z powyższym dostarczenie wzorców umownych zawierających zapisy wymagane przez Pt będzie realizowało obowiązek wynikający z Pk.</p>

				Poprzez automatyczne przedłużenie umowy należy rozumieć przewidziane we wzorze umowy przekształcenie umowy na kolejny czas oznaczony bądź na nieoznaczony.
22	<b>Art. 8 pkt 7) Pk czas trwania i sposoby, przesłanki rozwiązania umowy</b>	<b>PIKE</b>	<p>Czy obowiązkiem przedsiębiorcy jest:</p> <p>a) konieczność jasnego wskazania ograniczenia przypadków możliwości wypowiedzenia umowy?</p> <p>b) wskazanie przypadków, w których naruszenie warunków umowy przez stronę będzie stanowiło podstawę wypowiedzenia?</p> <p>W opinii PIKE najbardziej transparentną dla obydwu stron umowy jest sytuacja b) wskazana w zapytaniu.</p> <p>Określenie przypadków, w których naruszenie danych zapisów kontraktowych skutkuje wypowiedzeniem umowy gwarantuje niezbędną pewność co do warunków łączącego strony stosunku prawnego (Komisja w DG Justice Guidance wskazuje na ewentualne opłaty związane z wypowiedzeniem i procedurę wypowiedzenia – np. termin na złożenie stosownego oświadczenia woli)</p>	
23	<b>Art. 8 pkt 8-9 Pk</b>	<b>PIKE</b>	PIKE uprasza o przedstawienie przez Zespół propozycji wskazanych zapisów z uwagi na ich niedookreśloność zarówno pod względem przedmiotowym, jak i formy wskazania informacji.	Nie jest możliwe przedstawienie przez UOKiK przykładowych postanowień umów dotyczących funkcjonalności i interoperacyjności treści cyfrowych.
24	<b>Art. 10 ust. 1 Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	W tym zakresie należy podnieść następującą wątpliwość: jak należy rozumieć dodatkowe płatności wykraczające poza uzgodnione wynagrodzenie za główne obowiązki umowne np. w kontekście świadczenia usług telekomunikacyjnych. W szczególności, czy w kontekście uzgodnienia oferty obejmującej abonament, w ramach którego można wykorzystać określony pakiet minut na połączenia głosowe (w cenie x złotych miesięcznie) należy uzyskać zgodę w zakresie usług dodatkowych, które występują w cenniku?	Art. 10 ust. 1 oraz 2 Pk stanowi, iż zgoda na dodatkowe płatności poza głównymi obowiązkami umownymi przedsiębiorcy ma być złożona wyraźnie, i nie może być domniemana, wobec powyższego samo wskazanie opłaty za dodatkową usługę w cenniku nie może stanowić w myśl niniejszego artykułu podstawy do pobierania opłat, a w przypadku ich pobrania przez przedsiębiorcę, konsument ma roszczenie o zwrot uiszczonej kwoty. Obowiązek powyższy wychodzi poza zakres obowiązku informacyjnego i wskazuje, że aktywacja dodatkowych usług powinna być odrębnym oświadczeniem

25	<b>Art. 10 ust. 1 Pk</b>	<b>PIKE</b>	<p>PIKE uważa za słuszną taką interpretację komentowanego przepisu, która zakłada brak objęcia tym obowiązkiem w szczególności tych usług świadczonych przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego, których cena jest już wskazana w cenniku usług. Obowiązek posiadania cennika wynika z przepisów PT. Analogicznie, zbędnym jest wymóg uzyskania wskazanej zgody w stosunku do dodatkowej płatności, która została ujęta w umowie abonenckiej.</p>	<p>konsumenta, które nie może być milcząco przyjęte.</p>
26	<b>Art. 11 Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	<p>Przepis ten budzi istotne wątpliwości. Po pierwsze, przedsiębiorca, do którego obowiązek ten jest adresowany, nie może w żaden sposób zagwarantować wysokości opłat pobieranych przez dostawcę usług telekomunikacyjnych danego konsumenta. Po drugie, Izba ma wątpliwość jak należy rozumieć pojęcie „opłaty za zwykłe połączenie telefoniczne”.</p> <p>Izba zwraca uwagę, że ustanowienie przez przedsiębiorcę linii telefonicznej z wykorzystaniem numeru 800, co do zasady darmowego dla osoby, która pod ten numer dzwoni, może spowodować brak możliwości dodzwonienia się dla niektórych konsumentów (w szczególności korzystających z telefonów komórkowych). Z kolei wykorzystanie zwykłego numeru stacjonarnego może spowodować, że dla niektórych konsumentów (znajdujących się w tej samej strefie numeracyjnej) opłata za takie połączenie będzie nie wyższa niż opłata „za zwykłe połączenie telefoniczne” (rozumiane jako połączenie strefowe), podczas gdy dla innych (w innych strefach numeracyjnych) opłata taka będzie już wyższa. Jednocześnie trudno wymagać od przedsiębiorcy, by ustanowił 49 (tyle ile jest stref numeracyjnych) numerów, tak by dla wszystkich opłata nie była wyższa niż opłata „za zwykłe połączenie telefoniczne”.</p>	<p>Zgodnie z art. 21 Dyrektywy 2011/83/UE: <i>Państwa członkowskie zapewniają, aby w przypadku gdy przedsiębiorca posiada linię telefoniczną przeznaczoną do telefonicznego kontaktowania się z nim w sprawie zawartej umowy, konsument - kontaktując się z przedsiębiorcą - nie był zobowiązany do płacenia taryfy wyższej niż taryfa podstawowa. Akapit pierwszy pozostaje bez uszczerbku dla prawa dostawców usług telekomunikacyjnych do pobierania opłat za te połączenia.</i> Dyrektywa 2011/83/UE nie definiuje taryfy podstawowej (<i>basic rate</i>). Należy podkreślić, iż ani w Dyrektywie ani w PK nie ma wymogu, co do bezpłatności wskazywanych połączeń. Ratio legis niniejszego przepisu polega na uniknięciu nakładania dodatkowych, poza kosztami określonymi w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych pomiędzy konsumentem a dostawcą usług telekomunikacyjnych, z którego usług korzysta, dodatkowych kosztów w związku z kontaktem w sprawie zawartej umowy, wobec czego naruszeniem niniejszego przepisu będzie takie zorganizowanie infolinii, które umożliwi przedsiębiorcy pobieranie z tego tytułu dodatkowych opłat, w szczególności poprzez korzystanie z numerów o podwyższonej opłacie. Ponadto niniejsza regulacja nie przesądza, iż opłata za połączenia ma być jednakowa dla wszystkich konsumentów, co oznacza, iż w przypadku konsumenta dzwoniącego z innej strefy geograficznej, bądź korzystającego z roamingu opłata może być wyższa, niż konsumenta dzwoniącego na numer infolinii z tej samej strefy bądź kraju.</p> <p>Wystarczające może być ustanowienie infolinii z wykorzystaniem numeru 800 (bezpłatne), 801 (opłata za połączenie), zwykłego numeru stacjonarnego (zwykłym połączeniem jest zarówno połączenie strefowe, jak i międzystrefowe – w tym znaczeniu opłata za połączenie nie będzie jednakowa dla wszystkich konsumentów).</p> <p>Połączenie z infolinią powinno być określone na jednakowych zasadach</p>

				dla wszystkich konsumentów (nie jest dopuszczalne zastrzeżenie, że połączenie z sieci X jest tańsze/droższe niż połączenie z sieci Y albo Z).
27	<b>Art. 12 ust. 1 pkt 6) Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	Izba zwraca uwagę [mając świadomość analogicznego postanowienia zawartego w art. 6 ust. 1 lit. f)], iż spełnienie tego obowiązku może być dla przedsiębiorcy niemożliwie, gdyż nie ma on żadnego wpływu na wysokości opłat ustalane przez poszczególnych dostawców usług telekomunikacyjnych (w przypadku, gdy środkiem porozumiewania się na odległość jest telefon).	Stanowisko jw.
28	<b>Art. 12 ust. 1 pkt 9) Pk</b>	<b>P4</b>	<p>Czy art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy o prawach konsumenta należy rozumieć zgodnie z jego literalnym brzmieniem, tj. że przedsiębiorca ma jedynie obowiązek poinformowania konsumenta o wzorze formularza odstąpienia, o którym mowa w Załączniku nr 2 do ustawy?</p> <p>Realizację dyspozycji komentowanego przepisu stanowi poinformowanie konsumenta o ustawowym wzorze formularza odstąpienia o którym mowa w Załączniku Nr 2 do Pk.</p> <p><u>Czy przepisy ustawy o prawach konsumenta dopuszczają posługiwanie się przez przedsiębiorcę własnym formularzem odstąpienia od umowy?</u></p> <p>Art. 30 ust. 1 ustawy mówi o „formularzu, którego wzór stanowi załącznik nr 2 do ustawy” – oznacza to, że przedsiębiorca może posługiwać się własnym formularzem, który będzie zawierał elementy zawarte we wzorze. Formularz przedsiębiorcy może zdaniem P4 zawierać niezbędne modyfikacje, polegające np. na innym określeniu katalogu umów, od których może odstąpić konsument (w przypadku przedsiębiorcy telekomunikacyjnego pozbawione sensu jest np. wymienianie umowy o dzieło), jak też zawierać dodatkowe elementy (np. w formie pouczenia).</p> <p><u>Czy w opisanym wyżej przypadku zgodna z ustawą będzie praktyka polegająca na jednoczesnym informowaniu konsumenta o możliwości skorzystania z ustawowego wzoru odstąpienia i formularza opracowanego przez przedsiębiorcę?</u></p> <p>Taka praktyka będzie zgodna z ustawą. <u>Na wypadek uznania, że konsument powinien otrzymać formularz odstąpienia od umowy: czy w takim przypadku przedsiębiorca może posłużyć się własnym formularzem, wzorowanym na ustawowym (zawierającym modyfikacje niezbędne z punktu widzenia specyfiki umów zawieranych w branży telekomunikacyjnej), czy też niezbędne jest udostępnienie wzoru stanowiącego załącznik nr 2 do ustawy.</u></p>	<p>Zgodnie z Art. 6 ust. 1 lit. h Dyrektywy 2011/83/UE <i>w przypadku gdy istnieje prawo do odstąpienia od umowy - warunki, terminy oraz procedury korzystania z tego prawa zgodnie z art. 11 ust. 1, a także wzór formularza odstąpienia od umowy zawarty w załączniku I część B.</i></p> <p>Art. 12 ust. 1 pkt 9 należy rozumieć w ten sposób, że należy doręczyć wzór odstąpienia od umowy określony w załączniku nr 2 do Pk, nie zaś samą informację o wzorze. Jak wskazała Dykcja Generalna w dokumencie DG Justice Guidance <i>jeżeli jednak przedsiębiorca chce skorzystać z odmiennego formularza internetowego w celu zebrania od konsumenta większej ilości informacji, na przykład dotyczących powodów odstąpienia od umowy, wszelkie inne pytania tego rodzaju należy prezentować oddzielnie, a także umożliwić przesłanie formularza bez udzielenia na nie odpowiedzi.</i></p> <p>Na tych zasadach przedsiębiorcy mogą stosować własne formularze odstąpienia.</p>

			<p><u>Wystarczające będzie posłużenie się formularzem odstąpienia od umowy opracowanym przez przedsiębiorcę na podstawie wzoru.</u></p>	
29	<b>Art. 12 ust. 1 pkt 10) Pk Koszty zwrotu</b>	<b>KIGEIT</b>	<p>Izba zwraca uwagę, że podobnie jak w przypadku kosztów skorzystania ze środka porozumiewania się na odległość, przedsiębiorca nie ma wiedzy odnośnie opłat pobieranych przez różne podmioty, za pośrednictwem których można zwrócić przedmiot umowy. Wydaje się, że problem ten został dostrzeżony przez ustawodawcę unijnego, który w art. 6 ust. 1 lit. i Dyrektywy 2011/83/UE, będącym podstawą dla omawianego przepisu Ustawy, wskazał następujący przedmiot obowiązku: „w przypadku gdy ma to zastosowanie - informacja, że konsument będzie musiał ponieść koszty zwrotu towarów w przypadku odstąpienia od umowy oraz, w odniesieniu do umów zawieranych na odległość, koszty zwrotu towarów, jeżeli towary ze względu na swój charakter nie mogą zostać w zwykłym trybie odesłane pocztą”.</p> <p>Z powyższego wynika wprost, że z Dyrektywy wynika jedynie obowiązek podania informacji, iż konsument będzie musiał ponieść koszt zwrotu towaru (abstrahując od wysokości takiego kosztu), podczas gdy Ustawa wymaga podania informacji o koszcie. Zatem przepis Ustawy powinien być wykładany zgodnie z Dyrektywą.</p>	<p>Nie ma konieczności podawania informacji o kosztach zwrotu towaru; wystarczająca jest informacja, że konsument będzie musiał ponieść koszty zwrotu towaru w przypadku odstąpienia od umowy.</p>
30	<b>Art. 12 ust. 1 pkt 12) Pk</b>	<b>P4</b>	<p>Czy art. 12 ust. 1 pkt 12 ustawy o prawach konsumenta nakłada na przedsiębiorcę obowiązek poinformowania konsumenta o wszystkich okolicznościach, w których traci on prawo do odstąpienia od umowy lub też takie prawo mu nie przysługuje – również tych, które nie mają zastosowania do umowy zawieranej przez konsumenta z przedsiębiorcą?</p> <p>Przedsiębiorca powinien poinformować konsumenta tylko o tych okolicznościach, które mają zastosowanie do konkretnej umowy zawieranej przez konsumenta z przedsiębiorcą.</p>	<p>Przedsiębiorca zgodnie z art. 12 ust. 1 pkt 12 Pk ma obowiązek poinformować konsumenta, że w przypadku umowy, którą zamierza zawrzeć nie przysługuje mu odstąpienie od umowy ze względów wskazanych w art. 38 Pk lub okolicznościach, w których takie uprawnienie traci.</p> <p>Co do zasady obowiązek, o którym mowa w art. 12 ust. 1 pkt 12 Pk obejmuje udzielenie informacji o tych okolicznościach dotyczących braku prawa do odstąpienia od umowy, które mają zastosowanie do zawartej umowy.</p>

31	Art. 12 ust. 1 pkt 17) Pk <b>minimalny czas trwania zobowiązania</b>	KIGEIT	<p>W ocenie Izby takie sformułowanie jest niejednoznaczne i w zależności od przyjętej interpretacji może wprowadzać konsumenta w błąd. W szczególności należy zwrócić uwagę, czy pojęcie „minimalnego czasu trwania zobowiązań” należy sprowadzać, w przypadku umów zawartych na czas oznaczony, do okresu, na jaki zostały zawarte, czy też w związku z faktem, że konsument może w każdym czasie taką umowę rozwiązać wcześniej (co może wiązać się z koniecznością zapłaty opłaty wyrównawczej), należy podawać najkrótszy okres, który będzie miał zastosowanie, z uwzględnieniem umownych okresów wypowiedzenia? Ponadto zobowiązania konsumenta mogą mieć różny charakter. W przypadku zakupu określonego przedmiotu podstawowym zobowiązaniem jest oczywiście zapłata ceny sprzedaży, ale konsument może być też zobowiązany do niedokonywania zmian w przedmiocie pod rygorem utraty prawa do skorzystania z gwarancji producenta. Z przepisu nie wynika, o jakie zobowiązania dokładnie chodzi.</p>	<p>Przez minimalny czas trwania zobowiązań klienta należy rozumieć czas, w którym konsument nie może rozwiązać umowy bez ponoszenia kosztów, związanych z rozwiązaniem umowy. W przypadku umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w ramach których przyznawana jest ulga, zawartych na czas określony, minimalny okres trwania umowy będzie pokrywał się z okresem trwania umowy.</p>
32	Art. 12 ust. 1 pkt 18) Pk	KIGEIT	<p>W kontekście usług telekomunikacyjnych należy wyjaśnić i ewentualnie doprecyzować poziom szczegółowości takich informacji, gdyż specyfika rynku telekomunikacyjnego powoduje, iż niejednokrotnie regulaminy przewidują przynajmniej kilka możliwości żądania od konsumentów kaucji.</p>	<p>Interpretacja tego artykułu nie budzi wątpliwości. Art. 12 ust. 1 pkt 18 Pk precyzuje, że chodzi o dane dotyczące <b>wysokości</b> oraz <b>sposobie</b> składania kaucji, lub innych gwarancji finansowych, które mogą być wymagane przez przedsiębiorcę od konsumenta. Zgodnie z powyższym należy informować konsumenta o wszelkich sposobach składania kaucji, które mogą być wymagane od konsumenta.</p>

33	<b>Art. 12 ust. 1 pkt 21) Pk</b>	<b>PIKE</b>	PIKE wskazuje, iż w obecnym stanie prawnym nie są znane sposoby rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń z tego tytułu inne niż przez zainteresowanego przedsiębiorcę. Procedura reklamacyjna, zgodnie z art. 106 Pt prowadzona jest przez przedsiębiorcę. PIKE postuluje więc odstępianie od dodatkowego określania w umowach o świadczenie usług telekomunikacyjnych wskazanych informacji, ograniczając je do danych niezbędnych zgodnie z Pt.	Art. 56 ust. 3 pkt 16) oraz 17) Pt przewidują wymóg zawarcia w dokumentach umownych informacji o zasadach, trybie i terminach składania oraz rozpatrywania reklamacji, a także o polubownych sposobach rozwiązywania sporów. Wymóg określony w art. 12 ust. 1 pkt 21) Pk nie dotyczy jedynie informacji o pozasądowych sposobach rozpatrywania reklamacji ale także pozasądowych sposobach dochodzenia roszczeń oraz zasadach dostępu do tych procedur. Obowiązek wskazany w Pk wychodzi poza wymogi Pt w zakresie, w jakim wymaga wskazania zasad dochodzenia roszczeń w pozasądowym trybie.
34	<b>Art. 14 ust. 1 Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	Zastrzeżenia Izby budzi ostatnie zdanie, które jest kolejnym nieostrym pojęciem używanym w Ustawie. Jednocześnie ryzyko nałożenia kary pieniężnej za naruszenie nałożonego obowiązku powoduje, iż postanowienie to jest z perspektywy uczestników rynku. Truizmem jest, że dla jednej osoby dana informacja będzie czytelna i prosta, a dla innej osoby – zbyt skomplikowana. Przykładowo, przekazanie informacji o procedurze reklamacji w ramach świadczenia usług telekomunikacyjnych (bez jednoczesnego wskazania w Ustawie jak szczegółowa ma być ta informacja) jest trudne do zrealizowania „w prosty sposób”. Nie trzeba przy tym dodawać, że procedura ta jest uregulowana przepisami prawa, które są powielane we wzorcu umownym. Podobna uwaga może dotyczyć również pozostałych informacji objętych obowiązkami wynikającymi z Ustawy. Ponadto, skoro zgodnie z art. 56 ust. 3 Pt również umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych powinna być „w jasnej, zrozumiałej i łatwo dostępnej formie”, to wydaje się, że treść umowy (regulaminu), o ile zawiera informacje wymienione w tym przepisie, to spełnia to wymogi Ustawy z art. 8 i 12.	Obowiązek przekazania określonych informacji w sposób czytelny i wyrażonych prostym językiem nie powinien powodować wątpliwości. Wymóg czytelności oraz wyrażenia informacji prostym językiem wskazany w art. 14 ust. 1 oraz ust. 2 Pk powinien w kontekście dokumentów umownych doręczanych w ramach zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych odpowiadać wymogom stawianym tymże dokumentom przez Pt, w art. 56 ust. 3. Zgodnie z brzmieniem art. 56 ust. 3 Pt niezależnie od formy pisemnej czy elektronicznej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, powinna spełniać wymóg jasności, zrozumiałości oraz łatwej dostępności formy.  Zgodnie z powyższym przekazanie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych, spełniającej wymogi dotyczące formy określone w art. 56 ust. 3 Pt o ile zawiera informację określone odpowiednio w art. 8 oraz art. 12 Pk jest wystarczające.
35	<b>Art. 14 ust. 2 Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	Niezależnie od pozostających aktualnymi uwag odnoszących się do art. 15 ust. 1 Pk Izba zwraca uwagę na mogące budzić wątpliwości sformułowanie dotyczące „sposobu odpowiadającego rodzajowi użytego środka porozumiewania się na odległość”. W szczególności Izba wyraża wątpliwość, w jaki sposób należy przekazać konsumentowi tak szeroki katalog informacji, jaki przewiduje Ustawa, w przypadku umów zawieranych przy użyciu telefonu. W ocenie Izby takie wymogi mogą spowodować praktyczną eliminację tego kanału sprzedaży, gdyż zbyt długi czas rozmowy może skutecznie zniechęcać konsumentów od korzystania z takiego kanału. To z kolei może hamować rozwój konkurencji na wielu rynkach, np. rynku usług telekomunikacyjnych czy sprzedaży energii elektrycznej, w szczególności na obszarach słabo zurbanizowanych, gdzie często nieopłacalne może być budowanie kanału sprzedaży bezpośredniej, a dostęp do Internetu nie jest powszechny.	Należy też zaznaczyć, że art. 19 Pk znajdzie zastosowanie do umów zawieranych z wykorzystaniem telefonu. Powyższa interpretacja, zgodna jest z brzmieniem art. 8 ust. 4 i 5 Dyrektywy 2011/83/UE, którego art. 19 jest implementacją.

36	<b>Art. 14 ust. 1 Pk</b>	<b>MEDIAKOM</b>	Zdaniem Stowarzyszenia aby zrealizować dyspozycje komentowanej normy wystarczającym jest przekazanie informacji określonych w art. 12 Pk w umowie, nie jest zaś konieczne dostarczanie dodatkowego dokumentu odrębnego od uośut, ze wskazanymi informacjami.	Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawierająca dane określone w art. 56 Pt oraz art. 12 Pk, jest wystarczającym dokumentem jeżeli jest przekazana zgodnie z art. 14 Pk. Art. 14 określa sposób przekazywania informacji zawartych w art. 12 najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową i to na tym etapie powinny być przekazywane ww. informacje. Potwierdzenie tych informacji powinno odbywać się na zasadach określonych w art. 15 lub art. 21 Pk.
37	<b>Art. 15 ust. 1 Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	Izba zwraca uwagę, że w uzasadnieniu projektu Ustawy wskazuje się wyraźnie, iż trwałym nośnikiem jest również wiadomość elektroniczna. Zdaniem Izby kwestia ta powinna znaleźć swój wyraz w praktyce i przy interpretowaniu Umowy należy uwzględnić pocztę elektroniczną jako trwałą nośnik.	Trwałym nośnikiem jest serwer / twardy dysk / inny nośnik, na którym zapisany jest e-mail. Upraszczając, można zatem stwierdzić, że poczta elektroniczna jest trwałym nośnikiem (por. motyw 23 preambuły Dyrektywy 2011/83/UE).
38	<b>Art. 15 ust. 3 Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	W ocenie Izby należy rozwiać wątpliwości, czy oświadczenie takie może być zawarte w samej umowie (będącej niewątpliwie oświadczeniem konsumenta i spełniającej wymóg trwałego nośnika). Jest to kwestia niezwykle istotna z punktu widzenia organizacji kanałów sprzedaży.	Zgodnie z art. 15 ust. 3 Pk wykonywanie usługi wymaga złożenia wyraźnego oświadczenia zawierającego takie żądanie na trwałym nośniku. Przepis ten nie wyklucza, iż takie oświadczenie będzie elementem umowy, niemniej trzeba podkreślić, iż musi być wyrażone swobodnie, nie może być domniemane lub dorozumiane, np. jako postanowienie wzorca umowy.
39	<b>Art. 16 Pk</b>	<b>MEDIAKOM</b>	Ponieważ usługi serwisowe są elementem usług telekomunikacyjnych i są świadczone w oparciu o umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych i cennik jest udostępniany abonentowi w chwili zawierania takiej umowy - nie ma konieczności wypełniania wymogów wynikających z art. 16 Pk.	Nie jest wykluczona sytuacja, iż w ramach realizowanych usług telekomunikacyjnych taka dodatkowa usługa będzie konieczna do przeprowadzenia na podstawie odrębnej umowy i wówczas znajdzie zastosowanie niniejsza regulacja. Przepis ten nie jest objęty wyłączeniem w stosunku do usług telekomunikacyjnych.
40	<b>Art. 17 ust. 1 Pk</b>	<b>PIKE/ VECTRA</b>	W opinii PIKE realizacja wskazanego obowiązku wymaga wyłącznie jednorazowego określenia warunków, w umowie obejmującej możliwość dostępu do VOD (w przypadkach, w których takowa jest zawierana). Konsekwentne stosowanie przeciwnej interpretacji prowadziłyby np. do konieczności traktowania każdego połączenia telefonicznego, wykonanego na podstawie zawartej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, jako odrębnej umowy. Jest to rzecz jasna niedopuszczalna interpretacja. Należy także w sposób całkowicie odrębny traktować dostęp do usługi VOD umożliwiający ciągły dostęp do treści na podstawie stosownej umowy (wykupienie przez abonenta jednorazowo pakietu czasowego/liczby udostępnionych utworów audiowizualnych). W takiej	Art. 17 ust. 1 Pk dotyczy obowiązku dostarczenia konsumentowi określonych informacji <u>bezpośrednio przed złożeniem przez konsumenta zamówienia</u> , a nie w umowie. Chodzi o ponowne/dodatkowe (poza obowiązkiem wynikającym z art. 12) przekazanie wskazanych w przepisie informacji.  Pozostawienie potwierdzenia na serwerze dostawcy usług nie spełnia przesłanek potwierdzenia na trwałym nośniku.

			<p>sytuacji, wobec istnienia jednego, nieprzerwanego stosunku umownego, interpretacja przepisu powinna być jednoznaczna – właściwe jest jednokrotne dostarczenie informacji wymaganych ustawą. Jeżeli w opinii Zespołu nie funkcjonuje to we wskazany sposób, to czy pozostawienie potwierdzenia na serwerze dostawcy usług stanowi potwierdzenie na trwałym nośniku, w rozumieniu ustawy (vide pkt 2 uwag)? Czy potwierdzenie na trwałym nośniku może nastąpić poprzez wybór abonenta opcji na ekranie i jego utrwalenie przez dostawcę na serwerze? Izba stoi na stanowisku, w związku z interpretacją art. 2 dotyczącego trwałego nośnika, że tak. <u>Czy system VOD stanowi środek komunikacji elektronicznej w rozumieniu wskazanego przepisu?</u></p> <p>PIKE stoi na stanowisku, że system VOD stanowi wskazany środek komunikacji, biorąc pod uwagę stypizowane formy kontaktu z góry wskazane przez system z faktycznym brakiem możliwości modyfikacji przez konsumenta. Wskazówka interpretacyjna zawarta w motywie 39 dyrektywy jest rozumiana przez KE w DG Justice Guidance jako pojmowanie „środka komunikacji elektronicznej” jako umów zawieranych za pośrednictwem stron internetowych:</p>	
41	<b>Art. 19 Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	<p>Zdaniem Izby należy precyzyjnie wskazać, w jakiej sytuacji znajdzie zastosowanie ww. przepis. Zdaniem Izby wykorzystywanie telefonu do zawierania umów na odległość, choć nie ze względów technicznych, ale ogranicza de facto czas na przedstawienie wszystkich żądanych informacji, gdyż rozmowa taka nie może być prowadzona w nieskończoność. Obecne brzmienie przepisu nie pozwala na jednoznaczne stwierdzenie, kiedy ów przepis znajduje zastosowanie, co jest istotne z uwagi na ryzyko nałożenia przez Prezesa UOKiK kary pieniężnej.</p>	<p>Należy też zaznaczyć, że art. 19 Pk znajdzie zastosowanie do umów zawieranych z wykorzystaniem telefonu. Powyższa interpretacja, zgodna jest z brzmieniem art. 8 ust. 4 i 5 Dyrektywy 2011/83/UE, którego art. 19 jest implementacją.</p>
42	<b>Art. 19 Pk</b>	<b>PIKE</b>	<p>Zawarte w omawianym przepisie odesłanie do art. 14 ust. 2 Pk jest niewystarczające dla dookreślenia sposobu spełnienia obowiązku informacyjnego przez przedsiębiorcę. Wnosimy o doprecyzowanie formy i terminu na przekazanie konsumentom pozostałych informacji, o których ustawodawca wspomina w art. 19 in fine.</p> <p>Wobec braku ustawowej regulacji odnośnie terminu i formy zakładać należy, że dostarczenie pozostałych informacji zależy od momentu ich uzyskania i przetworzenia przed przedsiębiorcą telekomunikacyjnego</p>	<p>Termin przekazania informacji - art. 14 ust. 2 odnosi się do art. 12 Pk, który stanowi, że informacje należy przekazać najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową.</p> <p>Forma przekazania informacji – art. 14 ust. 2 – w sposób odpowiadający rodzajowi użytego środka porozumiewania się na odległość.</p> <p>Potwierdzenie zawarcia umowy na odległość – art. 21 Pk.</p> <p>Tytułem przykładu, w czasie rozmowy telefonicznej przedsiębiorca powinien przekazać zakres informacji wskazany w art. 19 Pk. Pozostałe informacje wynikające z art. 12 Pk powinny być przekazane zgodnie z art. 14 ust. 2 Pk, np. poprzez ich udostępnienie na stronie internetowej najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową.</p>

43	<b>Art. 20 ust. 2 Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	Wyjaśnienia wymaga relacja pomiędzy art. 20 ust. 2 Ustawy a art. 56 ust. 6 Pt, który dotyczy zmiany umów za pośrednictwem środków porozumiewania się na odległość. Zdaniem Izby, przepis Pt stanowi lex specialis, zatem art. 20 ust. 2 Ustawy nie znajdzie zastosowania do zmiany umowy w trybie art. 56 ust. 6 Pt. Izba podkreśla, że niemożliwe jest równoczesne zastosowanie obu wskazanych norm prawnych wynikających z tych przepisów.	Art. 20 ust. 2 Pk znajdzie zastosowanie do wszystkich umów zawieranych z konsumentami przez telefon, w tym również do umów o których mowa w art. 56 ust. 6 Pt. Do takiej umowy znajdą również zastosowanie pozostałe przepisy Pk dotyczące np. kwestii potwierdzenia zawarcia umowy, prawa odstąpienia, świadczenia usług w okresie odstąpienia itd. Zgodnie z uwagami do pkt 52 poniżej.
44	<b>Art. 20 ust. 2 Pk</b>	<b>PIKE</b>	Interpretacja zapisu w obecnym kształcie wygląda w sposób następujący: przedsiębiorca proponuje (inicjacja kontaktu przez przedsiębiorcę), konsument potwierdza chęć zawarcia umowy na trwałym nośniku (papier, płyta CD, ale też e-mail, zgodnie z motywem 23 wdrażanej dyrektywy), a umowa nabywa moc wiążącą dopiero po otrzymaniu przez konsumenta potwierdzenia zawarcia umowy przez przedsiębiorcę. Jest to tryb niespójny z zapisem dyrektywalnym: “W przypadku gdy umowa na odległość ma być zawarta przez telefon, państwa członkowskie mogą postanowić, że przedsiębiorca musi potwierdzić ofertę złożoną konsumentowi, który staje się związany dopiero po podpisaniu oferty lub przestaniu swojej pisemnej zgody (...)” “Where a distance contract is to be concluded by telephone, Member States may provide that the trader has to confirm the offer to the consumer who is bound only once he has signed the offer or has sent his written consent.” Tym samym powstaje pytanie – przy umownym zapisie, że oświadczenie konsumenta staje się skuteczne po potwierdzeniu przez przedsiębiorcę, jaką doniosłość prawną ma podpisanie umowy przez konsumenta?	Art. 20 ust. 2 Pk dotyczy również sytuacji gdy przedsiębiorca proponuje konsumentowi zawarcie umowy przez telefon, a kontakt telefoniczny został nawiązany przez konsumenta.  Do zawarcia umowy dochodzi w wyniku złożenia przez konsumenta oświadczeniu o zawarciu umowy utrwalonego na papierze lub innym trwałym nośniku, po otrzymaniu potwierdzenia od przedsiębiorcy. Błędnie wskazuje PIKE, że umowa nabywa moc wiążącą dopiero po otrzymaniu przez konsumenta potwierdzenia zawarcia umowy przez przedsiębiorcę.
45	<b>Art. 20 ust. 2 Pk</b>	<b>MEDIAKOM</b>	Ponieważ Pt zawiera przepisy szczególne, dotyczące wyraźnie określonej usługi - to do tej usługi winny mieć zastosowanie w pierwszej kolejności przepisy ustawy prawo telekomunikacyjne; dopiero tam, gdzie Pt nie reguluje jakichś kwestii, zastosowanie ma Pk. Przepisy Pt w przedmiotowym zakresie ze względu na brzmienie art. 56 ust. 6, 6a, 6b Pt mają pierwszeństwo na zasadzie lex specialis.	Art. 20 ust. 2 Pk znajdzie zastosowanie do wszystkich umów zawieranych z konsumentami przez telefon, w tym również do umów o których mowa w art. 56 ust. 6 Pt. Zgodnie z art. 20 ust. 2 Pt przedsiębiorca powinien potwierdzić treść proponowanej telefonicznie umowy utrwaloną na papierze lub innym trwałym nośniku.

46	<b>Art. 20 ust. 2 Pk</b>	<b>NC+</b>	Ustawa Pt przewiduje prawo do zmiany umowy z wykorzystaniem m.in. telefonu. Regulacje jednak opisane w art. 56 Pt są w niektórych miejscach zdecydowanie odmiennie uregulowane niż w Pk, dla przykładu art. 56 Pt przewiduje 10 dniowy termin na odstąpienie a Pk - 14 dniowy, powstaje pytanie, który termin jest właściwy dla usługi telekomunikacyjnej. Ustawa Pt przy zmianie umowy przez telefon nie przewiduje oczekiwania na zwrotne potwierdzenie od klienta dla skuteczności czynności prawnej. Gdy tymczasem Pk takiego zwrotnego potwierdzenia wymaga. Powstaje pytanie, jaki model jest obowiązujący dla usługi telekomunikacyjnej. Ustawa Pk nakazuje przesyłanie potwierdzenia zawarcia umowy na trwałym nośniku, ustawa Pt precyzyjnie wskazuje w jaki sposób można klientowi przesłać stosowne potwierdzenie, powstaje więc pytanie czy dla usługi telekomunikacyjnej potwierdzenie można przesłać tylko w sposób opisany w Pt czy można przesłać na trwałym nośniku.	
47	<b>Art. 20 ust. 2 Pk</b>	<b>UPC</b>	UPC wskazuje na sprzeczność komentowanego przepisu z art. 56 ust. 6, 6a, 6b Pt.	
48	<b>Art. 21 ust. 1 Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	Izba zwraca uwagę, że konieczność wykonania tego obowiązku może w niektórych sytuacjach działać na niekorzyść konsumentów. Przykładowo, chcąc zamówić dodatkową usługę obejmującą taryfę roamingową w związku z rozpoczynającym się wkrótce pobytem zagranicznym, konsument będzie zmuszony czekać na potwierdzenie umowy, trudne do zrealizowania w sytuacji, gdy ktoś wyjechał już poza granicę Polski.	Usługi telekomunikacyjne realizowane w roamingu są świadczone na podstawie uprzednio zawartej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, każdorazowe wykonanie połączenia jest realizacją ww. umowy. Niezależnie od powyższego należy zauważyć, iż szczegółowe obowiązki realizacji usług roamingu określone są w Rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) NR 531/2012 z dnia 13 czerwca 2012 r. w sprawie roamingu w publicznych sieciach łączności ruchomej wewnątrz Unii.
49	<b>Art. 22 Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	W ocenie Izby powyższy przepis rodzi wątpliwości, czy wynika z niego obowiązek uwzględnienia w regulaminach usług czy wzorach umów wszystkich informacji wymienionych w art. 12 ust. 1 Ustawy, czy też informacja taka (np. na odrębnym formularzu) jest traktowana jako załącznik do zawieranej umowy, stanowiący jej integralną część. Kwestia ta jest istotna w kontekście licznych postępowań o uznanie postanowień wzorców umownych za niedozwolone oraz w kontekście możliwości nałożenia przez Prezesa UOKiK kary pieniężnej. Izba zwraca również uwagę na możliwość wystąpienia sytuacji, w której umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych (regulamin) ulegnie zmianie np. na skutek zmiany rozporządzenia dot. trybu reklamacyjnego. Gdyby	Treść art. 22 Pk nie budzi wątpliwości. Informacje o których mowa w art. 12 ust. 1 Pk, przekazane konsumentowi najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową, stanowią integralną część umowy, niezależnie od sposobu, w jaki zostały konsumentowi potwierdzone - we wzorcu umowy (np. regulaminie) albo w odrębnym dokumencie (formularzu, itp.).  Ponieważ ustawa Pk nie reguluje kwestii związanych ze zmianą wzorców umowy, w tym zakresie stosuje się przepisy art. 60a i 61 Pt.  Brak jest sprzeczności art. 22 Pk a przepisami Pt ponieważ art. 8 i 12 Pk

			przyjąć, że przedsiębiorcy telekomunikacyjni mają, niezależnie od regulaminu (umowy), przekazać również informację dot. m.in. trybuj reklamacyjnego, to informacje te staną się niespójne.	dotyczą etapu przedkontraktowego.
50	<b>Art. 22 Pk</b>	<b>PIKE/ VECTRA</b>	Analogicznie jak w przypadku pozostałych przepisów dot. umów zawieranych na odległość (art. 12, art. 17, art. 19, art. 10 w zw. z art. 25,) PIKE proponuje przyjąć, iż są one sprzeczne z postanowieniami PT i tym samym nie należy stosować przepisów ustawy do usług telekomunikacyjnych, bo zawiera ona samodzielną, odrębną regulację w tym zakresie. Taką interpretację potwierdza częściowo (a contrario) art. 26 ustawy, gdzie nie wskazano pierwszeństwa stosowania ustawy względem Pt. PIKE wskazuje, że Pt zawiera szczegółowe regulacje dotyczące konkretnie konsumentów stanowiąc kiedy dany przepis ma zastosowanie właśnie w stosunku b2c (np. art. 56 ust. 4a Pt).	
51	<b>Art. 22 Pk</b>	<b>UPC</b>	Sprzeczność komentowanego przepisu z art. 60a ust. 4 Pt. Zmiana firmy w myśl niniejszego przepisu oznaczałaby bowiem zmianę umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.	
52	<b>art. 27 Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	Wyjaśnienia wymaga relacja pomiędzy art. 27 Ustawy a art. 56 ust. 6 Pt, który dotyczy zmiany umów za pośrednictwem środków porozumiewania się na odległość. Zdaniem Izby, przepis Pt stanowi lex specialis, zatem art. 27 Ustawy nie znajdzie zastosowania do zmiany umowy w trybie art. 56 ust. 6 Pt (należy podkreślić, że przepisy te przewidują różne terminy na skorzystanie z uprawnienia do odstąpienia od umowy).	W przypadku zawierania umów z abonentami niebędącymi konsumentami zastosowanie znajdują wyłącznie przepisy Pt.  Co do zawierania umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych w lokalu przedsiębiorstwa zastosowanie znajdują przepisy Pt oraz rozdziału 2 Pk.
53	<b>art. 27 Pk</b>	<b>UPC</b>	Sprzeczność komentowanego przepisu z art. 56 ust. 6 Pt. Zdaniem UPC wobec braku ustawowych norm kolizyjnych zgodnie z ogólnymi zasadami wykładni prawa UPC stoi na stanowisku, że przepisy Pt stanowią lex specialis wobec przepisów Pk.	W przypadku zawarcia z konsumentem umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość stosuje się przepisy art. 27 i n. Pk. Wobec braku norm derogujących uprawnienie określone w art. 56 ust. 6 Pt oraz odpowiadające im obowiązki określone w art. 56 ust. 6-9 Pt dostawcy usług telekomunikacyjnych są zobowiązani do realizacji ww. obowiązków.

54	<b>art. 30 ust. 2 Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	<p>Przepis ten może budzić w praktyce duże wątpliwości.</p> <p>Wydaje się również, iż jest on niezgodny z Dyrektywą.</p> <p>Izba zwraca uwagę, iż z przepisu nie wynika, czy każdy sposób wysyłki (Poczta Polska, inny operator pocztowy, kurier, osoba prywatna) pozwala na zastosowanie ww. przepisu. Należy również wskazać, że zgodnie z art. 11 ust. 2 Dyrektywy przyjmuje się, że „Konsument wykonał prawo do odstąpienia od umowy w okresie na odstąpienie od umowy, o którym mowa w art. 9 ust. 2 i art. 10, jeżeli przekazał informację o wykonaniu prawa do odstąpienia od umowy przed wygaśnięciem tego okresu”.</p> <p>Wydaje się więc, że przepis Dyrektywy wymaga, by oświadczenie o odstąpieniu od umowy dotarło do adresata w terminie 14 dni.</p> <p>Na taką wykładnie zdaje się wskazywać również art. 14 ust. 1 Dyrektywy, który w kontekście obowiązku zwrotu towaru przez konsumenta wskazuje, że „termin zostaje zachowany, jeżeli konsument odeśle towary przed wygaśnięciem okresu 14 dni”.</p> <p>Dodatkowo należy również podnieść, iż w Ustawie brak jest postanowienia będącego odpowiednikiem art. 11 ust. 4 Dyrektywy, w której wskazano, że „ciężar dowodu wykonania prawa do odstąpienia od umowy zgodnie z przepisami niniejszego artykułu spoczywa na konsumentie”.</p>	<p>Przepis art. 30 ust. 2 Pk explicite wskazuje, że do zachowania terminu, o którym mowa w art. 30 ust. 1 Pk (14 dni na odstąpienie) wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem, a nie doręczenie oświadczenia do operatora w tym terminie. Przepis art. 30 ust. 2 Pk nie budzi wątpliwości i nie wymaga szczegółowego omawiania.</p>
55	<b>art. 35 Pk</b>	<b>KIGEIT</b>	<p>Wątpliwości dotyczą tego, czy przepis ten dotyczy wyłącznie umów zawartych poza lokalem (których dotyczy powołany w jego treści art. 15 ust. 3). Jeśli nie, to przepis ten byłby sprzeczny z art. 56 ust. 6 i 7 Pt, który wyłącza możliwość odstąpienia od zmiany warunków umownych w sytuacji, gdy Abonent zgodził się (a nie zażądał) na rozpoczęcie świadczenia usług na zmienionych warunkach.</p>	<p>Przepis art. 35 Pk dotyczy zarówno umów zawieranych poza lokalem jak i na odległość.</p> <p>W przypadku zawarcia z konsumentem umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość stosuje się przepis art. 35 Pk w zw. z art. 15 i 21 Pk.</p> <p>W odniesieniu do niniejszej uwagi należy wskazać, że zarówno Prezes UKE jak również Prezes UOKiK jest obowiązany stosować prawo w granicach przyznanych mu kompetencji.</p>
56	<b>art. 35 Pk</b>	<b>PIKE/ VECTRA</b>	<p>Zdaniem PIKE przepisy Pt są przepisami szczególnymi w stosunku do ustawy (vide pkt 0 i 18 uwag) i do naliczenia ulg udzielonych abonentowi na podstawie mowy (regulaminów promocji) należy stosować przepisy Pt. W szczególności dotyczy to treści art. 57 ust. 6 Pt, regulującego wprost uprawnienia i obowiązki stron umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w przypadku rozwiązania przez konsumenta umowy przed rozpoczęciem świadczenia usług.</p>	<p>Wobec braku norm derogujących uprawnienie określone w art. 56 ust. 6 Pt, do uprawnień i obowiązków stron umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w przypadku skorzystania przez konsumenta z uprawnienia przewidzianego w art. 56 ust. 6 Pt będzie miała zastosowanie ustawa Pt. W związku z powyższym Prezes UKE – jako organ zobowiązany do kontroli przestrzegania powyższych uprawnień użytkowników i odpowiadających im obowiązków po stronie dostawców usług telekomunikacyjnych – będzie działał w granicach przyznanych mu przez Pt kompetencji.</p> <p>W przypadku zawarcia z konsumentem umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość</p>

				stosuje się przepis art. 35 Pk w zw. z art. 15 i 21 Pk.
57	<b>art. 38 pkt 1) Pk</b>	<b>PIKE</b>	<p>W przypadku świadczenia usług telekomunikacyjnych przedsiębiorcy reprezentowani przez PIKE zazwyczaj zawierają długoterminowe kontrakty, które nie podlegają szybkiemu wykonaniu w całości (w rozumieniu czasu). Umowy te podlegają jednak wykonaniu w całości, w odniesieniu do poszczególnych świadczeń realizowanych w ich zakresie (jak np. przyłączenie do sieci telekomunikacyjnej, aktywacja abonenta czy zrealizowanie poszczególnych połączeń telefonicznych). W opinii PIKE w takich sytuacjach należy przyjąć, iż umowa podległa wykonaniu w całości.</p> <p>Problem powyższy nabiera szczególnej wagi w sytuacji, w której zawarcie umów obejmujących przyłączenie do sieci telekomunikacyjnej często związane jest z koniecznością poniesienia przez przedsiębiorcę znacznych kosztów, przy jednoczesnym udzieleniu abonentowi ulgi w cenie. PIKE stoi na stanowisku, iż dopuszczalne jest obciążenie abonenta obowiązkiem zwrotu udzielonych ulg, na zasadach określonych w Pt, będącej w opinii PIKE ustawą szczególną.</p>	Instalacja, aktywacja abonenta czy przyłączenie do sieci telekomunikacyjnej nie wyłącza prawa konsumenta do odstąpienia od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartej poza lokalem lub na odległość. Wykonanie powyższych czynności w przypadku, gdy są one jedynie świadczeniami ubocznymi w stosunku do usług polegających na realizacji transmisji danych, realizacji połączeń lub wysyłania wiadomości nie będzie stanowiło wykonania w pełni usługi w rozumieniu art. 38 Pk.
58	<b>art. 38 pkt 1) Pk</b>	<b>MEDIAKOM</b>	Wykonanie instalacji telekomunikacyjnej w lokalu i podłączenie jej do sieci jest jedną z usług wykonywaną na podstawie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Realizacja wyżej wymienionej usługi zdaniem Stowarzyszenia przy spełnieniu obowiązku informacyjnego określonego w komentowanym artykule niweczy prawo konsumenta do odstąpienia od umowy w zakresie usługi instalacji i podłączenia do sieci telekomunikacyjnej.	
59	<b>art. 38 pkt 13)</b>	<b>KIGEIT</b>	Wątpliwości Izby dotyczą tego, czy pod pojęciem umów o dostarczanie treści cyfrowych należy rozumieć również umowy dotyczące usług telewizji. Jeżeli tak, to należy przeanalizować konsekwencji tego postanowienia w kontekście umów dotyczących wielu usług, w tym usługi telewizji. Powstaje bowiem wątpliwość, czy przepis ten da się zastosować do oferty wiązanej, w której jedną z usług jest usługa TV.	Usługa telewizji stanowi usługę telekomunikacyjną i może być kwalifikowana jako usługa dostarczania treści cyfrowych.

60	<b>Art. 5 ust. 1 Pk</b>	<b>PIKE/ VECTRA</b>	Spełnienie świadczenia niezamówionego przez konsumenta – czy pojęcie wskazanej czynności faktycznej obejmuje także spełnienie świadczenia noszące znamiona oszustwa (tzw. fraudy)? Motyw 60 wdrażanej Dyrektywy odnosi pojęcie świadczenia niezamówionego przez konsumenta do Dyrektywy 2005/29/WE PE i Rady dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych. Opisane w przywołanej dyrektywie praktyki obejmują takie z nich, które są niezgodne z wymogami zawodowej staranności i zniekształcają lub mogą zniekształcać zachowanie gospodarcze przeciętnego konsumenta względem produktu. Z tej właśnie przyczyny w opinii PIKE pojęcie to nie obejmuje działań oszukańczych (fraudów) – deliktów w rozumieniu innych przepisów, np. prawnych.	Przepisy ustawy Pt nie określają kwestii spełnienia świadczenia niezamówionego przez konsumenta. W ocenie regulatora art. 5 ust. 1 Pk nie budzi wątpliwości i ma zastosowanie w przypadku abonentów usług telekomunikacyjnych. Spełnienie świadczenia niezamówionego przez konsumenta następuje na ryzyko przedsiębiorcy i nie nakłada na konsumenta żadnych zobowiązań.
61	<b>Automatyczne przedłużanie umów</b>	<b>VECTRA</b>	Nowa ustawa dopuszcza takie zastosowanie, niemniej bez jakichkolwiek szczegółów. Warto określić, czy jednorazowo, czy też kilkakrotnie, a może w dorozumiany sposób ciągły, za zgodą konsumenta. Jakie jest stanowisko UOKiK/UKC odnośnie tej regulacji, zwłaszcza wobec nałożonej przez UOKiK składowej kary za stosowanie tego typu praktyki przez NOM?	Dopuszczalne jest przedłużenie umowy zawartej na czas oznaczony w umowę na czas nieoznaczony, pod warunkiem, że konsument zostanie o tym poinformowany we wzorcu umowy, o warunkach umowy przedłużonej oraz że będzie miał możliwość złożenia oświadczenia o braku woli przedłużania umowy na czas nieoznaczony w odpowiednim terminie.