



RGD.61-26/12/MLM

Gdańsk, dnia 1 marca 2013 r.

DECYZJA NR RGD. 1/2013

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami),

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,
po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcy VECTRA SA z siedzibą w Gdyni:

- I.** Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) **PO UPRAWDOPODOBNIENIU** stosowania przez tego przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom, w chwili złożenia, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, propozycji zawarcia umowy, rzetelnych i pełnych informacji o warunkach umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, co jest sprzeczne z art. 9 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz. 271 ze zmianami) **I PRZYJĘCIU ZOBOWIĄZANIA** ww. przedsiębiorcy do podjęcia działań zmierzających do zaniechania naruszania zbiorowych interesów konsumentów **NAKŁADA SIĘ** na VECTRA SA z siedzibą w Gdyni obowiązek wykonania tego zobowiązania poprzez:

wprowadzenie w życie Wytycznych dla Centrum Telemarketingu Spółki, dotyczących zawierania/zmiany umów zawieranych na odległość, za pomocą środków porozumiewania się na odległość, przekazanych Prezesowi Urzędu pismem z dnia 21 listopada 2012 r., **W TERMINIE MIESIĄCA OD DATY UPRAWOMOCNIENIA SIĘ NINIEJSZEJ DECYZJI.**

- II.** Na podstawie art. 28 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) **NAKŁADA SIĘ** na przedsiębiorcę VECTRA SA z siedzibą w Gdyni obowiązek przedłożenia, **W TERMINIE DWÓCH MIESIĘCY OD DATY UPRAWOMOCNIENIA SIĘ NINIEJSZEJ DECYZJI**, dokumentu potwierdzającego wykonanie zobowiązania, o którym mowa w punkcie I decyzji, tj. Wytycznych dla Centrum Telemarketingu Spółki, dotyczących warunków zawierania i zmiany umów zawieranych za pomocą środków porozumiewania się na odległość, wraz z określeniem daty wejścia w życie ww. Wytycznych.

UZASADNIENIE

- [1] W dniu 22 sierpnia 2012 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany również Prezesem Urzędu) otrzymał od Urzędu Komunikacji Elektronicznej Delegatura w Gdyni (zwanego dalej także UKE) materiały z przeprowadzonej u przedsiębiorcy VECTRA SA z siedzibą w Gdyni (zwanego dalej również VECTRA lub Spółka) kontroli. Przedmiotem kontroli było *zbadanie wypełniania przez VECTRA S.A. obowiązków wynikających z wykonywania gospodarczej działalności telekomunikacyjnej, w szczególności obowiązków z art. 10 i art. 12 Pt, przepisów działu III Pt [ustawa z dnia 16 lipca 2004r. Prawo Telekomunikacyjne (Dz.U. Nr 171, poz. 1800 zm.), zwana dalej również Pt] dotyczącego ochrony użytkowników końcowych, w tym obowiązków wynikających z art. 104-106 Pt oraz rozporządzenia Ministra Infrastruktury z dnia 1 października 2004 r. w sprawie trybu postępowania reklamacyjnego oraz warunków, jakim powinna odpowiadać reklamacja usługi telekomunikacyjnej (Dz.U. z 2004 r. nr 226 poz. 2291), dalej zwanego Rozporządzeniem, dotyczących postępowania reklamacyjnego u dostawców publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych oraz Działu VII Pt,, dotyczącego tajemnicy telekomunikacyjnej i ochrony danych użytkowników końcowych.*

W trakcie kontroli *badaniu poddano 25 przypadków zmiany warunków umowy zawartej na piśmie za pomocą środków porozumiewania się na odległość, w tych przypadkach, telefonicznie oraz telefonicznych propozycjach zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Z tej liczby utrwalonych zostało 18 nagrań rozmów konsultantów VECTRA, które odsłuchano i oceniono pod kątem zgodności z wymogami określonymi w art. 9 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz. 271 ze zmianami).*

W wyniku kontroli ustalono, iż:

- *w 2 na 18 badanych przypadkach, nie poinformowano konsumenta o cenie obejmującej wszystkie jej składniki, naruszając tym art. 9 ust. 1 pkt 3 ustawy o ochronie praw konsumenckich,*
- *w 12 na 18 badanych przypadkach, nie poinformowano konsumenta o prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni naruszając tym samym art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie praw konsumenckich,*
- *w 8 na 18 badanych przypadkach nie poinformowano konsumenta o terminie w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący, naruszając tym samym art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie praw konsumenckich,*
- *w 14 na 18 badanych przypadkach nie poinformowano konsumenta o miejscu i sposobie składania reklamacji, naruszając tym samym art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie praw konsumenckich,*
- *w 1 na 18 badanych przypadków, informacje o których mowa w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie praw konsumenckich, nie zostały sformułowane jednoznacznie, w sposób zrozumiały i łatwy do odczytania, naruszając tym art. 9 ust. 2 ustawy o ochronie praw konsumenckich. Przypadek dotyczył zmiany pakietu telewizyjnego na platynowy. Przekazana przez konsultanta informa-*

cja wprowadzała w błąd, jakoby proponowana oferta obniżała cenę za dotychczasowy pakiet telewizyjny.

- [2] Prezes Urzędu uznał, że ww. działania przedsiębiorcy mogą pozostawać w sprzeczności z zakazami wynikającymi z art. 24 ust. 1 i ust. 2 z dnia 16 lutego 2007 r. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) i postanowił o wszczęciu, postanowieniem nr 293 z dniem 15 października 2012 r., postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.
- [3] Do akt sprawy włączono, postanowieniem nr 294 z dnia 15 października 2012 r., następujące dowody przekazane przez Delegaturę UKE w Gdyni, tj.:
 - pismo UKE z dnia 11 maja 2012 r., sygn. OGD-WKT-0741-1/10 (3),
 - pismo UKE z dnia 21 sierpnia 2012 r., sygn. OGD-WKT-0741-1/12 (9), wraz z całością załączników.
- [4] Ustosunkowując się do postawionych zarzutów VECTRA przyznała, pismem z dnia 30 października 2012 r., iż zarówno w trakcie czynności kontrolnych prowadzonych przez UKE, jak i obecnie, nie kwestionuje i nie podważa okoliczności faktycznych dotyczących stwierdzonych naruszeń prawa konsumenckiego. Jednocześnie przedsiębiorca wystąpił o wydanie w sprawie decyzji w oparciu o przepis art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i zobowiązał się do opracowania i wdrożenia w życie specjalnych wewnętrznych procedur, tj. Wytycznych dla Centrum Telemarketingu Spółki, regulujących szczegółowo warunki zawierania i zmiany umów zawieranych za pomocą środków porozumiewania się na odległość. W przedstawionym projekcie Wytycznych przedsiębiorca opracował algorytm prowadzenia przez konsultantów VECTRA rozmów z konsumentami oraz określił niezbędny zakres informacji, jakie konsument zobowiązany jest w trakcie takiej rozmowy uzyskać.
- [5] Po przeprowadzeniu postępowania dowodowego, Spółka pismem z dnia 12 lutego 2013 r. została zawiadomiona o zakończeniu zbierania materiału dowodowego. W wyznaczonym terminie przedsiębiorca nie skorzystał z prawa zapoznania się ze zgromadzonym materiałem dowodowym.

PREZES URZĘDU USTALIŁ STAN FAKTYCZNY, JAK NIŻEJ.

- [6] Spółka VECTRA SA z siedzibą w Gdyni została wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 7 lutego 2002 r. pod numerem 0000089460. Przedmiotem działania przedsiębiorcy jest świadczenie usług telekomunikacyjnych.
- [7] W ramach prowadzonej działalności przedsiębiorca oferuje konsumentom możliwość zawarcia lub zmiany umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych również przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, np. telefonicznie.
- [8] Zgodnie z treścią art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz. 271 ze zmianami), konsument, który zawiera umowę na odległość, powinien być poinformowany, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy o:



- 1) imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany,
 - 2) istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu,
 - 3) cenie lub wynagrodzeniu obejmujących wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki,
 - 4) zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia,
 - 5) kosztach oraz terminie i sposobie dostawy,
 - 6) prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3,
 - 7) kosztach wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, jeżeli są one skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy,
 - 8) terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący,
 - 9) minimalnym okresie, na jaki ma być zawarta umowa o świadczenie ciągle lub okresowe,
 - 10) miejscu i sposobie składania reklamacji,
 - 11) prawie wypowiedzenia umowy, o którym mowa w art. 8 ust. 3.
- [9] Informacje, o których mowa powyżej powinny być sformułowane jednoznacznie i w sposób zrozumiały, jednocześnie przedsiębiorca jest obowiązany do ich potwierdzenia konsumentowi, na piśmie, najpóźniej w momencie rozpoczęcia wykonywania umowy.

**MAJĄC NA UWADZE ZEBRANY MATERIAŁ DOWODOWY
PREZES URZĘDU ZWAŻYŁ, CO NASTĘPUJE.**

- [10] Możliwość rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uzależniona jest od uprzedniego stwierdzenia, czy zagrożony został w niej interes publicznoprawny, stosownie bowiem do art. 1 ust. 1 ustawy ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona w interesie publicznym. Działania oparte na przepisach powołanej ustawy są zatem podejmowane w interesie publicznym, w celu ochrony interesów zbiorowości, a nie poszczególnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek do uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy.

Zgodnie z orzecznictwem sądów polskich interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy oceniane działania godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku i poprzez to powodują zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu (por. wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 24 stycznia 1991 r. Amr 8/90; wyroki Sądu Najwyższego: z dnia 29 maja 2001 r., I CKN 1217/98, OSNC 2002 nr 1, poz. 13, z dnia 28 stycznia 2002 r., I CKN 112/99, OSNC 2002 nr 11, poz. 144).

Rozpatrywana sprawa ma, w ocenie Prezesa Urzędu, charakter publicznoprawny, albowiem dotyczy ochrony interesu nie poszczególnych osób, tj. interesów



indywidualnych, ale szerszej grupy konsumentów, którzy są lub mogą być klientami Spółki, tj. interesu zbiorowego. Jednocześnie, zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami.

[11] VECTRA jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, odpowiednio do którego pod tym pojęciem rozumie się m.in. przedsiębiorcę w znaczeniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity: Dz.U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1095 ze zmianami), w której, stosownie do art. 4, przyjęto, iż:

- 1) przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą,
- 2) za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej.

W postępowaniu, które kończy niniejsza decyzja, Spółce postawiono zarzuty naruszenia art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Odpowiednio do art. 24 ust. 1 zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a odpowiednio do ust. 2 tego artykułu przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Aby działania przedsiębiorcy mogły zostać uznane za sprzeczne z powołanymi wyżej przepisami art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, niezbędne jest wykazanie, iż spełniają one łącznie następujące przesłanki:

- ujawniają się w obrocie konsumenckim, a więc dotyczą relacji przedsiębiorca-konsument,
- stanowią działanie bezprawne,
- naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

[12] Zgodnie z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i art. 22¹ Kodeksu cywilnego za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. W przedmiotowej sprawie okoliczność, że Spółka oferuje, a następnie zawiera umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych na rzecz konsumentów, przyszłych lub obecnych abonentów VECTRY, nie budzi wątpliwości, co przesądza jednocześnie o tym, iż pierwszą z przesłanek należy uznać za spełnioną.

[13] Za spełnioną należy uznać także drugą z przesłanek, tj. bezprawność działania przedsiębiorcy, w tym punkcie związaną z naruszeniem przepisów ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

Jak wskazuje się w literaturze przedmiotu¹, zawieranie umowy przy pomocy technik komunikowania się na odległość wiąże się z pewnym niebezpieczeń-

¹ Łętowska E., Prawo umów konsumenckich, 2 wydanie, Warszawa 2002, s. 272-292.



stwem i ryzykiem spowodowanym brakiem jednoczesnej obecności obu stron oraz zawieraniu umowy, bez możliwości zapoznania się przez konsumenta z przedmiotem świadczenia. Dodatkowe trudności z przygotowaniem treści przyszłej umowy w sposób uwzględniający wymagania współpracy kontraktowej, a także trudności z dochodzeniem odpowiedzialności na wypadek niewłaściwego wykonania umowy, wymagają rozwiniętego obowiązku informacyjnego, który ciąży przede wszystkim na kontrahencie konsumenta.

Oferta Spółki oraz możliwość zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, także przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, kierowana jest do konsumenta przeciętnego, korzystającego lub chcącego skorzystać z – w miarę powszechnych i nowoczesnych – technik komunikowania się i dostępu do informacji.

Zgodnie z definicją zawartą w art. 2 pkt 8 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206), przez przeciętnego konsumenta rozumie się osobę wyedukowaną, rozsądną, krytyczną, a także świadomą swoich praw. Przeciętny konsument posiada pewien zasób wiedzy oraz doświadczenie życiowe, dzięki czemu potrafi samodzielnie analizować adresowane do niego wypowiedzi i przekazy informacyjne. Przeciętny konsument jest dobrze poinformowany, uważny i ostrożny przy uwzględnieniu czynników społecznych, kulturowych i językowych - charakterystycznych dla środowiska w którym funkcjonuje. Takie cechy jak dostateczne poinformowanie, uwaga oraz ostrożność określa zespół cech mentalnych konsumenta (jego „przeciętność”), polegający na tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, jednak - z drugiej strony - nie można przyjąć, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna. Przyjąć należy, że przeciętny konsument ma pełne prawo określonych rzeczy nie wiedzieć. Z tych też względów to na jego kontrahencie, przedsiębiorcy, profesjonalście spoczywa zarówno obowiązek udzielenia konsumentowi, w sposób dla niego zrozumiały, pełnej i wyczerpującej informacji, jak również wymóg prowadzenia działalności gospodarczej w taki sposób, iż respektowane są prawa jego klientów, w szczególności wynikające z obowiązujących aktów prawnych.

W polskim prawie wymagania informacyjne, jakie winien spełnić przedsiębiorca oferujący konsumentowi zawarcie umowy, na odległość, zawiera art. 9 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Katalog informacji określony tym przepisem jest dla przedsiębiorcy bezwzględnie wiążący, tzn. nie może go on modyfikować w dowolny dla siebie sposób, zawężać jego zakresu, minimalizować, przemilczać lub zatajać przed konsumentem choćby części wymaganych informacji.

W trakcie kontroli przeprowadzonej przez UKE w VECTRA kontrolujący przeanalizowali 25 przypadków zmiany, za pomocą środków porozumiewania się na odległość, warunków umowy oraz propozycji zawarcia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Z tej liczby utrwalonych zostało 18 nagrań rozmów telefonicznych, przeprowadzonych przez konsultantów VECTRA, których treść poddano ocenie w zakresie zgodności udzielonych informacji z wymogami określonymi w art. 9 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw



konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

Wyniki kontroli jednoznacznie wskazały, że:

- w 2 na 18 badanych przypadków, konsumenci nie byli informowani, zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt 3 ww. ustawy, o cenie obejmującej wszystkie jej składniki,
- w 12 na 18 badanych przypadków nie poinformowano konsumenta o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, naruszając tym samym art. 9 ust. 1 pkt 6 tej ustawy,
- w 8 na 18 badanych przypadków nie poinformowano konsumenta o terminie w jakim oferta lub informacja o cenie mają charakter wiążący (9 ust. 1 pkt 8 ustawy),
- w 14 na 18 badanych przypadków nie poinformowano konsumenta o miejscu i sposobie składania reklamacji,
- w 1 na 18 badanych przypadków informacje, o których mowa w art. 9 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny nie zostały sformułowane w sposób zrozumiały i łatwy do odczytania, naruszając tym samym art. 9 ust. 2 tej ustawy (przypadek dotyczył zmiany pakietu telewizyjnego na platynowy, a przekazana przez konsultanta informacja wprowadzała w błąd sugerując, iż proponowana oferta obniżała cenę za dotychczasowy pakiet telewizyjny).

[14] Odsłuchania nagrań telefonicznych dokonano z sieci wewnętrznej VECTRA. Kontrolę zakończono w dniu 24 kwietnia 2012 r. Protokół z kontroli zawierający m.in. ww. ustalenia został podpisany przez przedsiębiorcę. Kontrolowany nie wniósł do protokołu żadnych uwag.

[15] Konsultanci z Centrum Telemarketing VECTRA udzielając informacji oraz przedstawiając konsumentom propozycję zawarcia umowy działają w imieniu i na rzecz Spółki.

[16] Zdaniem Prezesa Urzędu, za spełnioną należy uznać także i trzecią przesłankę, bowiem naruszenie zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wtedy, gdy działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości, to jest w sytuacji, gdy skierowane jest nie tylko do indywidualnych konsumentów, lecz szerszego, nieograniczonego liczbowo kręgu osób, do których dotarła i dotrzeć może oferta przedsiębiorcy, a w rozpatrywanej sprawie wymieniony warunek jest spełniony, bowiem oferta usług telekomunikacyjnych przedstawiona przez VECTRA adresowana była/jest nie do ściśle określonego, konkretnego konsumenta, lecz do z góry nieokreślonej, niemożliwej do zidentyfikowania liczby konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna.

[17] W tym stanie rzeczy stwierdza się, iż zostało uprawdopodobnione, że Spółka stosuje praktykę naruszającą interesy konsumentów, bowiem informacje, które przedsiębiorca – poprzez swoich konsultantów – przedkładał konsumentom zawierając umowy na odległość, były niepełne i nierzetelne.

[18] Zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione, że przedsiębiorca stosuje praktykę, o



której mowa w art. 24, a przedsiębiorca zobowiąże się do podjęcia określonych działań zmierzających do zapobieżenia tym naruszeniom, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, nałożyć obowiązek wykonania tych zobowiązań.

W toku przeprowadzonego postępowania Spółka przedstawiła zobowiązanie do podjęcia określonych działań zmierzających do zapobieżenia naruszeniom interesów konsumentów, tj. zobowiązała się do wprowadzenia w życie wewnętrznych procedur obowiązujących konsultantów, tj. Wytycznych dla Centrum Telemarketingu Spółki, dotyczących zawierania/zmiany umów zawieranych na odległość. Projekt dokumentu regulującego wszystkie te kwestie VECTRA złożyła w trakcie prowadzonego postępowania, ostatecznie przy piśmie z dnia 21 listopada 2012 r.

W Wytycznych przedsiębiorca opracował schemat, według którego mają być prowadzone rozmowy konsultantów z konsumentami w sprawach dotyczących umów (bądź ich zmiany), zawieranych na odległość.

Zgodnie z Wytycznymi, w trakcie składania konsumentowi propozycji zawarcia umowy na odległość, konsultant m.in. podaje, zgodnie z wymogami określonymi w art. 9 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, informacje, jak niżej.

- Nazwa i adres przedsiębiorcy oraz numer KRS (art. 9 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów),
- Istotne właściwości świadczenia i jego przedmiotu (art. 9 ust. 1 pkt 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów), tj.:
 - *W przypadku telefonu – konsultant podaje nazwę planu telefonicznego i liczbę darmowych minut do wykorzystania i na jakie połączenia.*
 - *W przypadku Telewizji – konsultant podaje nazwę pakietu i liczbę dostępnych kanałów w jakości SD i HD.*
 - *W przypadku Internetu – konsultant podaje prędkość transferu do ... MB/s.*
 - *W przypadku Internetu Mobilnego - konsultant podaje dostępny limit pobierania danych i transfer.*
 - *W przypadku migracji usług z pakietu niższego na wyższy konsultant informuje klienta z jakiego pakietu korzystał, a na jaki zmienia.*

W przypadku Pakietów Premium (dodatkowe kanały do głównego pakietu telewizyjnego) informuje klienta o nazwie pakietu oraz jakie kanały zawiera.

- Cena obejmująca wszystkie jej składniki (art. 9 ust. 1 pkt 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów). Konsultant informuje:

Oплата miesięczna za usługi/ę... (konsultant wymienia usługę lub w przypadku zamówienia większej ilości usług wymienia jej wszystkie składniki) wynosi ...[zł brutto]. Abonent zobowiązany jest do uiszczenia Opłaty Abonamentowej i Opłaty Powiązanej w wysokości i za Okres rozliczeniowy oznaczony w Umowie w terminie wskazanym na doręczonym Abonentowi rachunku/fakturze lub innym, dokumencie wystawionym/udostępnionym przez Dostawcę Usług, płatne na konto bankowe wskazane na tym rachunku lub dokumencie.

- Zasady zapłaty ceny (art. 9 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów), tj.:
 - *Oплата aktywacyjna jednorazowa wynosi ...[zł brutto].*
 - *W miesiącu podłączenia zostanie naliczona оплата cząstkowa [1/30 ceny za każdy dzień].*
 - *Dodatkowo pierwszy pełny miesiąc otrzyma Pani/Pan w cenie 1 zł netto, czyli 1,23 brutto [zamiennie aparat telefoniczny] (informację, którą konsultant podaje w przypadku zamówienia telefonu stacjonarnego).*
- Koszty oraz termin i sposób dostawy (art. 9 ust. 1 pkt 5 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów), tj.:
 - *Monter dostarczy niezbędny sprzęt oraz komplet dokumentów do zawarcia umowy dnia [podaje datę] o godzinie [podaje godz.] Sama wizyta montera jest nieodpłatna (informacja do klienta w przypadku konieczności wizyty montera),*
 - *potwierdzenie odbycia niniejszej rozmowy zostanie do Pani/Pana przesłane pocztą w ciągu 10 dni (informacja do klienta w przypadku braku konieczności wysłania montera),*
 - *w przypadku przeniesienia numeru telefonu od obecnego operatora otrzyma Pan/Pani od nas numer tymczasowy, dzięki któremu można wykorzystać darmowe minuty już od dnia podłączenia usługi telefonicznej (informację, którą klient podaje w przypadku zamówienia telefonu stacjonarnego).*
- Prawo do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 (art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów).

Zgodnie z art. 10 ust. 3 pkt 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, jeżeli strony nie umówiły się inaczej prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w wypadku świadczenia usług rozpoczętego za zgodą konsumenta, przed upływem terminu 10 dni.

- *Chciałbym także poinformować, że może Pan/Pani odstąpić od umowy w ciągu 10 dni od momentu jej podpisania. Rezygnację należy złożyć pisemnie w lokalnym biurze Obsługi klienta lub wysyłając listem poleconym na adres Dostawcy Usług. (informacja do klienta w przypadku konieczności wizyty montera).*
- *Chciałbym także poinformować, że może P/P odstąpić od umowy w ciągu 10 dni od aktywacji usługi. Chyba że aktywacja nastąpi za zgodą Abonenta przed upływem 10 dni prawo to nie przysługuje. Rezygnację należy złożyć pisemnie w lokalnym biurze Obsługi klienta lub wysyłając listem poleconym na adres Dostawcy Usług. (informacja do klienta w przypadku braku konieczności wysłania montera).*
- Koszty wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, jeżeli są one skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy (art. 9 ust. 1 pkt 7 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów).

W części przedstawiania oferty – *przed połączeniem klienta z konsultantem klient otrzymuje w słuchawce komunikat informujący o nagrywaniu rozmowy*



oraz o kosztach wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość jeżeli są one skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy (koszt połączenia krajowego za minutę połączenia wynosi ...zł).

- Termin, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący (art. 9 ust. 1 pkt 8 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów).

Oferta ma charakter wiążący do ... (konsultant podaje datę końcową obowiązywania promocji).

- Minimalny okres, na jaki ma być zawarta umowa o świadczenie ciągłe lub okresowe (art. 9 ust. 1 pkt 9 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów).

Umowa zostaje zawarta na czas nieokreślony z okresem promocyjnym na czas (konsultant podaje czas zobowiązania w promocji/z przyznana ulgą).

- Miejsce i sposób składania reklamacji (art. 9 ust. 1 pkt 10 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów).

Ewentualne reklamacje może Pan/Pani składać dostępnymi kanałami komunikacji elektronicznej oraz pisemnie w biurze Obsługi klienta lub przesyłając listownie na adres Dostawcy Usług.

- Prawo do wypowiedzenia umowy, o którym mowa w art. 8 ust. 3 (art. 9 ust. 1 pkt 11 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów).

Zgodnie z art. 8 ust. 3 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, jeżeli czas trwania umowy nie jest oznaczony każda ze stron może ją wypowiedzieć, bez wskazania przyczyn, z zachowaniem terminu miesięcznego, chyba że strony zastrzegły krótszy termin wypowiedzenia.

Umowa zawarta na czas nieokreślony może być rozwiązana przez każdą ze stron z jednomiesięcznym terminem wypowiedzenia, przy czym wypowiedzenie Umowy przez dostawcę Usług może nastąpić wyłącznie z ważnych przyczyn określonych w wypowiedzeniu. Wypowiedzenie powinno zostać złożone na piśmie w lokalnym biurze Obsługi Klienta lub wysyłając pismo na adres Dostawcy Usług. Termin wypowiedzenia biegnie od pierwszego dnia miesiąca po miesiącu, w którym nastąpiło wypowiedzenia a datą nadającą bieg terminu jest data wpływu wypowiedzenia do siedziby Dostawcy Usług/złożenia wypowiedzenia za pośrednictwem Biura Obsługi Klienta.

W przypadku złożenia wypowiedzenia w okresie promocji czyli abonenta związanego z przyznaną ulgą, wysokość roszczenia z tytułu jednostronnego rozwiązania umowy przez abonenta lub przez dostawcę usług z winy abonenta przed upływem terminu, na jaki umowa została zawarta nie może przekroczyć wartości ulgi przyznanej abonentowi pomniejszonej o proporcjonalną jej wartość za okres od dnia zawarcia umowy do dnia jej rozwiązania.

[19] Przedsiębiorca zobowiązał się wprowadzić wytyczne do wewnętrznego, bezwzględnie obowiązującego systemu procedur po wydaniu przez Prezesa Urzędu decyzji w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

[20] Zdaniem Prezesa Urzędu, działania objęte złożonym przez Spółkę zobowiązaniem zmierzają do zapobieżenia zarzucanemu jej naruszeniu art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Wprowadzenie wytycznych oraz



udzielanie klientom VECTRY informacji zgodnie z tymi wytycznymi zapewni zgodność działania przedsiębiorcy z przepisami ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, a także spowoduje, że konsumenci zostaną poinformowani o warunkach umowy w sposób pełny i rzetelny.

Prezes Urzędu nałożył na przedsiębiorcę obowiązek wykonania podjętego zobowiązania w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji uznając, iż jest to okres wystarczający dla wprowadzenia w życie Wytycznych, których projekt Spółka przedstawiła w takcie prowadzonego postępowania.

Stąd orzeczono, jak w **PUNKCIE I** sentencji niniejszej decyzji.

[21] Stosownie do art. 28 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w decyzji, o jakiej mowa w ust. 1, Prezes Urzędu nakłada na przedsiębiorcę obowiązek składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązań.

[22] Spółka zobowiązana została do złożenia, sprawozdania w terminie dwóch miesięcy od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, o stopniu realizacji przyjętego w toku postępowania zobowiązania, do podjęcia działań zmierzających do zapobieżenia zarzucanemu Spółce naruszeniu, poprzez przekazanie dowodu: Wytyczne dla Centrum Telemarketingu Spółki, dotyczących warunków zawierania i zmiany umów zawieranych za pomocą środków porozumiewania się na odległość wraz z określeniem daty wejścia w życie ww. Wytycznych.

W ocenie Prezesa Urzędu okres dwóch miesięcy na złożenie sprawozdania o realizacji przedmiotowego zobowiązania jest wystarczający i uwzględnia termin ustalony na wykonanie zobowiązania podjętego przez przedsiębiorcę.

W związku z tym orzeczono, jak w **PUNKCIE II** sentencji niniejszej decyzji.

POUCZENIE:

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów 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 dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku.

OTRZYMUJE:

VECTRA SA

Al. Zwycięstwa 253

81-525 GDYNIA