Krajowa Izba Gospodarcza Elektroniki i Telekomunikacji

Warszawa, dn. 29.07.2011 r.
KIGEiT/945/07/2011

Sz.P. Małgorzata Krasnodębska - Tomkiel
Prezes
Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Departament Polityki Konsumenckiej
Plac Powstańców Warszawy 1
00-950 Warszawa

dotyczy: DDK-076-9/11/EK

Odnosząc się do pisma znak: DDK-076-9/11/EK (zwanego dalej „***Pismem***”), Krajowa Izba Gospodarcza Elektroniki i Telekomunikacji (dalej „***KIGEiT***” lub „***Izba***”) przedstawia poniżej stanowisko w sprawie przygotowanego przez Prezesa UOKiK projektu dokumentu zatytułowanego „*Transparentność wzorców umów na rynku usług telekomunikacyjnych*” (zwanego dalej „***Dokumentem***”).

Część I. UWAGI OGÓLNE

1. Znaczenie komunikacji elektronicznej

Analiza przygotowanego Dokumentu wskazuje, iż w wielu przypadkach rozwiązaniem dla poruszanych zagadnień dotyczących wzorców umownych jest wykorzystanie w szerszym zakresie komunikacji elektronicznej poprzez stronę internetową operatora bądź przygotowanie stosownego interfejsu do kontaktów z klientem między innymi poprzez stworzenie formularza kontaktowego. Zdaniem Izby, wykorzystanie tego medium pozwoli wyjść naprzeciw oczekiwaniom Prezesa UOKiK, m.in. w zakresie wskazania danych teleadresowych biura obsługi klienta, tak aby abonent otrzymał kompletną i aktualną informację o liczbie biur obsługi klienta.

Zastosowanie komunikacji elektronicznej pozwoli ponadto na uniknięcie kosztów ewentualnej zmiany stosowanych wzorców umownych. Zmiana adresu biura obsługi klienta nie mieści się w granicach określonych w PT co do możliwych zmian we wzorcach umownych z zachowaniem prawa po stronie operatora do dochodzenia roszczeń odszkodowawczych w razie przedterminowego rozwiązania umowy.

ul. Stępińska 22/30, 00-739 Warszawa, tel.: +48 22 8510309, 8406522, fax: +48 22 8510300, e-mail: kigeit@kigeit.org.pl
http://www.kigeit.org.pl; NIP 526-00-29-121 Konto: Fortis Bank Polska nr: 52160013740003005222791001

2. Wpływ Dokumentu na istniejące procesy sprzedaży usług

W znacznej mierze proponowane w Dokumencie rozwiązania opierają się na przykładach patologicznych. Stąd ufając w szczere intencje Prezesa UOKiK liczymy, że podejście do niektórych ważkich elementów zostanie powtórnie przemyślane. Ułożone przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych procesy sprzedaży nie zmierzają do wprowadzania w błąd konsumentów, ale do optymalizacji kosztowej. Jest to tyle istotne, że końcowym odbiorcą usługi, pokrywającym finalne koszty jej świadczenia, jest konsument. Przedsiębiorcy kształtowali swoje kanały sprzedaży tak, aby móc zaproponować konsumentom jak najniższe ceny.

Propozycje Prezesa UOKiK, nie mające umocowania w przepisach prawa oraz mające zapobiec niektórym rynkowym patologiom nie mającym jednak powszechnego charakteru, powinny być formułowane z niezwykłą ostrożnością. Faktycznie koszty implementacji tych zmian poniosą bowiem konsumenci, zaś przedsiębiorcy nie będą mogli zaproponować atrakcyjnych ofert. Dodatkowo rozwiązania zwiększające koszty działalności przedsiębiorców oraz powodujące konieczność zmiany ukształtowanych procesów powinny być wprowadzane tylko wtedy, kiedy nie ulega wątpliwości, że są konieczne dla ochrony tych interesów konsumentów, które mają oparcie w normach prawnych.

Oczywiście członkowie Izby wyrażają pełną wolę współpracy z Prezesem UOKiK, jednakże niektóre propozycje, niemające uzasadnienia i podstawy w obowiązujących przepisach prawa jesteśmy zmuszeni zakwestionować. Chodzi tu zarówno o przypadki, które w naszej ocenie nie służą dobru klienta, jak również sytuacje, kiedy brak jest wystarczającego uzasadnienia dla zmian powodujących uciążliwości i dodatkowe koszty dla przedsiębiorców telekomunikacyjnych.

3. Sposób sformułowania ostatecznych wniosków

Ze względu na materię poruszaną w Dokumencie KIGEiT proponuje, by w ostatecznej wersji Dokumentu przygotowanej przez Prezesa UOKiK po konsultacjach z zaproszonymi Izbami zrezygnować z posługiwania się wyrażeniami ocennymi oraz wyrażeniami, co do których może powstać problem z ich prawidłowym zdefiniowaniem. Jako przykład KIGEiT wskazuje na następuje wyrażenie: *„Jedynie prawidłowe doręczenie oraz udostępnienie konsumentowi relewantnych dla umowy wzorców, pozwalające przeciętnemu konsumentowi* ***na nieskrępowane*** *zapoznanie się z nimi oraz podjęcie świadomej decyzji o zawarciu umowy, uzasadnia analizę transparentności wzorców umów”.*

Część II. ZAGADNIENIA SZCZEGÓŁOWE

Trzymając się systematyki prezentacji poszczególnych zagadnień wskazanych w Piśmie pragniemy wskazać, co następuje:

Ad III. Powołanie się Izb na stanowisko UKE, z którego miało jakoby wynikać, że każda zmiana wzorców umów, stosowanych wobec nowych abonentów, powinna skutkować zmianą wzorców w ramach umów już wiążących, wraz z obowiązkami informacyjnymi wynikającymi z Prawa telekomunikacyjnego, tak aby w stosunku do „nowych” jak i „starych” abonentów stosowane były jednolite wzorce.

Izba w tej części pragnie jedynie wyjaśnić, iż nie było jej intencją nawiązywanie do administracyjnej kontroli zgodności wzorców umów z określonymi wymaganiami stawianymi przez przepisy Prawa telekomunikacyjnego. Nie ulega wątpliwości, że jeżeli w toku postępowania wykazane zostanie, iż wzorzec nie odpowiada wymogom prawa, to uchybienia w tym zakresie powinny zostać usunięte zarówno ze wzorców stosowanych na przyszłość, jak i umów już wiążących. Izbie chodziło natomiast o sytuację, kiedy zmiana wzorca dokonywana jest z innych względów (w sposób „nieprzymuszony"), natomiast ze względu na tożsamość usługi regulowanej nowym wzorcem Prezes UKE traktował taką sytuację jako zmianę wzorca również dla dotychczasowych abonentów. Najlepszym z punktu widzenia KIGEiT sposobem rozwiania tej obawy byłoby potwierdzenie przez Prezesa UKE, że obecnie ta obawa jest nieuzasadniona.

Ad IV. Doręczanie wzorców umów przez kurierów

IV.1 Stosowanie propozycji UOKiK do aneksów

***„(…) wszędzie tam, gdzie propozycje UOKiK odnoszą się wyraźnie tylko do nowej umowy, w przypadkach, gdy jest to racjonalnie uzasadnione, Dokument zostanie uzupełniony o wyraźne wskazanie, iż propozycja dotyczy również aneksu do umowy. W związku z powyższym zwracamy się z prośbą o informację, czy Izby zgłaszają zastrzeżenia do powyżej zaprezentowanych wyjaśnień i planu uzupełnienia Dokumentu*" (s. 7).**

Izba co do zasady nie sprzeciwia się rozwiązaniu zaproponowanemu w Piśmie. Niemniej jednak zwracamy uwagę, że ustawa z dnia 16 lipca 2004r. – Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800 ze zm., zwana dalej „***Prawo telekomunikacyjne***" „***PT***") zawiera autonomiczny, alternatywny proces dokonywania zmian umów. Nie jest przy tym jasne, jak przez Prezesa UOKiK rozumiany jest aneks – czy rozumiany jest szeroko i oznacza każdą zmianę umowy bez względu na formę jej dokonywania, czy też rozumiany jest wąsko, jako pisemny dokument zawierający zgodne oświadczenia woli stron o zmianie umowy. W przypadku tego drugiego (wąskiego) rozumienia, znacząca liczba zmian umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych dokonywana jest nie w formie aneksu, ale za pomocą środków porozumiewania się na odległość.

Procedura ta została uregulowana w art. 56 ust 6-9 PT:
„6. Dostawca usług może umożliwić abonentowi zmianę warunków umowy zawartej na piśmie, o których mowa w ust. 3 pkt 2, 4-7 i 9 za pomocą środków porozumiewania się na odległość, w szczególności telefonicznie. W takim przypadku dostawca usług obowiązany jest utrwalić oświadczenie abonenta złożone w powyższy sposób i przechowywać je przez okres 12 miesięcy. Jednocześnie dostawca usług obowiązany jest do potwierdzenia abonentowi faktu złożenia oświadczenia o zmianie warunków umowy oraz jego zakresu i terminu wprowadzenia zmian, w formie pisemnej, w terminie ustalonym z abonentem, ale nie później niż w ciągu jednego miesiąca od dnia zlecenia zmiany. Abonentowi przysługuje prawo odstąpienia od dokonanej zmiany warunków umowy, bez podania przyczyn, poprzez złożenie stosownego oświadczenia w formie pisemnej w terminie 10 dni od dnia otrzymania pisemnego potwierdzenia. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem.
6a. Na żądanie abonenta, o którym mowa w ust. 6, dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych dostarcza treść każdej proponowanej zmiany warunków umowy dokonanej za pomocą środków porozumiewania się na odległość, drogą elektroniczną na

wskazany przez abonenta w tym celu adres poczty elektronicznej lub za pomocą podobnego środka porozumiewania się na odległość.
7. Abonentowi nie przysługuje prawo odstąpienia od dokonanej zmiany warunków umowy, o którym mowa w ust. 6, jeżeli dostawca usług, za zgodą abonenta, rozpoczął świadczenie usług zgodnie ze zmienionymi warunkami umowy.
8. W razie braku potwierdzenia abonentowi faktu złożenia oświadczenia o zmianie warunków umowy oraz jego zakresu i terminu wprowadzenia zmian, o których mowa w ust. 6, termin, w którym abonent może odstąpić od dokonanej zmiany warunków umowy, wynosi trzy miesiące i liczy się od dnia złożenia oświadczenia o zmianie warunków umowy. Jeżeli jednak abonent po rozpoczęciu biegu tego terminu otrzyma potwierdzenie, termin ulega skróceniu do 10 dni od dnia otrzymania tego potwierdzenia".

W konsekwencji przy wąsko rozumianym aneksie propozycje dotyczące transparentności co najwyżej mogą odnosić się do potwierdzenia.

Powyższe jednak wywołuje wątpliwości. Chodzi tu m.in. o to, że:

- trudno w tym przypadku wymagać stosowania postanowień uonpk, skoro w PT istnieje autonomiczna regulacja;
- nie sposób czynić odesłania np. do załączników, skoro PT nie wymaga, żeby zmiana następowała w formie aneksu, a jedynie w formie potwierdzenia.

Również inne elementy dotyczące umów nie muszą być aktualne w odniesieniu do zmian dokonywanych w oparciu o procedurę przewidzianą w PT. Zatem w przypadku objęcia Dokumentem również potwierdzeń, należałoby odnieść je jedynie do niektórych, racjonalnie uzasadnionych wymogów. Wymaga to wnikliwej analizy, nie jest to z pewnością proste powielenie rozwiązań przewidzianych dla umów. Powyższe stanowisko dotyczy zresztą nie tylko potwierdzeń, o których mowa w art. 56 ust. 6 PT, lecz w istotnym zakresie również wąsko rozumianych aneksów nie zawieranych w trybie powyższego przepisu.

Pragniemy podkreślić, że racjonalny ustawodawca przyjął, iż zmiana niektórych elementów umowy wymaga wyłącznie kontaktu za pomocą środka porozumiewania się na odległość a następnie potwierdzenia dokonanych zmian. Podkreślić należy, iż potwierdzenie elementów zmienionych/aneksowanych ma wpływ na okres, w którym konsumentowi przysługuje uprawnienie do odstąpienia od umowy, nie stanowi zaś dokumentu kształtującego prawnie sytuację abonenta w zakresie dokonanych zmian. Procedura zawarta w art. 56 ust 6 PT oraz w art. 56 ust 6a PT nie wymaga w żadnym elemencie złożenia podpisu przez Abonenta. Co więcej, art. 56 ust 6a PT dopuszcza możliwość udostępnienia potwierdzenia za pomocą poczty elektronicznej – tym samym całkowicie eliminując z procesu obieg dokumentów w formie papierowej.

Procedura zawarta w art. 56 ust 6 i art. 56 ust 6a PT miała i ma na celu umożliwienie abonentowi, w tym będącemu konsumentem, oraz dostawcy usług dokonania zmian do umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych w trybie „natychmiastowym", najczęściej poprzez kontakt telefoniczny z operatorem, z pominięciem „tradycyjnej" formy pisemnej.

Ustawodawca wyłączając tradycyjną formę wymiany dokumentów lub konieczność złożenia podpisu pod zmianą umowy/aneksem przyjął, iż ewentualne ryzyko mogące wynikać z rezygnacji z wymiany dokumentów lub złożenia podpisów przez obie strony jest racjonalnie równoważone przez korzyści wynikające z takiej uproszczonej formy, a w związku z tym w pełni akceptowalne i nie pozbawiające ochrony konsumenta w zakresie jego uprawnień.

W tym miejscu można się pokusić o ogólniejszą uwagę, iż z kolejnych nowelizacji PT wynika tendencja do upraszczania sposobów kształtowania treści umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Jest to zresztą zgodne z rozwojem znaczenia nowoczesnych technik komunikacyjnych, w tym również w innych sektorach gospodarki. Natomiast czasami można odnieść wrażenie, że propozycje UOKiK skierowane są w odwrotną stronę.

Procedura przewidziana w art. 56 ust 6 i art. 56 ust 6a PT *de facto* wyłącza, w ocenie KIGEiT, możliwość odniesienia w prosty sposób Dokumentu do zmian umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych dokonywanych w tym trybie. Rozszerzenie zakresu działań operatorów w zakresie procedury wynikającej z art. 56 ust 6 i art. 56 ust 6a PT stałoby w sprzeczności z założeniami leżącymi u podstaw wprowadzenia tych unormowań do PT.

Odnosząc się do innych elementów definiowanych przez Prezesa UOKiK w Dokumencie jako elementy wymagające poprawy (wskazywanie prawidłowych załączników, wielkość czcionki, układ graficzny, zastosowanie technicznej lub prawniczej terminologii), **KIGEiT proponuje przeprowadzenie debaty, czy i ewentualnie w jakim zakresie potwierdzenia wynikające z art. 56 ust 6 PT powinny zostać objęte rozwiązaniami przyjętymi w Dokumencie**. KIGEiT jest otwarty na prowadzenie prac w powyższym zakresie. KIGEiT deklaruje gotowość rozpoczęcia wśród swoich członków dyskusji w tej sprawie, mając na celu wypracowanie jednolitych standardów, jakie powinno spełniać potwierdzenie. Niemniej poczynienie takich ustaleń wymaga znacznie więcej czasu, niż okres przewidziany na przedstawienie odpowiedzi na Pismo.

IV.2 Możliwość zapoznania się przez konsumentów z wzorcami umownymi przed zawarciem umowy

UOKiK w Dokumencie oraz Piśmie w wielu miejscach wskazuje na konieczność zapewnienia możliwości zapoznania się przez konsumenta z wzorcami umownymi przed zawarciem umowy. Pragniemy jednak podkreślić, że uonpk takiego wymogu nie stawia (istnieje m.in. na podstawie art. 9 ust. 3 wymóg potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji istotnych, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia). Co ciekawe, podobną regulację zawiera art. 56 ust. 6 PT.

Naszym zdaniem prowadzi to do wniosku, że wymogi stawiane w Dokumencie wykraczają poza obowiązujące normy prawne (oraz tendencje zauważalne w prawodawstwie). Pojawia się wręcz pytanie, czy i ewentualnie dlaczego wymóg taki miałby być sformułowany w przypadku umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, w sytuacji kiedy nie dotyczy umów w innych sektorach gospodarki, gdzie zawarcie umowy następuje w sposób adhezyjny (bez wcześniejszego zapoznania się przez konsumenta z wzorcami, a nawet bez ich dostarczenia).

KIGEiT nie podziela poglądu, że czas, jaki ma konsument na rozważenie zasadności pozostawania w umowie oraz ewentualne odstąpienie od niej, nie powinien być utożsamiany z czasem na zapoznanie się z warunkami zawartej umowy. Zdaniem Prezesa UOKiK konsument musi mieć możliwość zapoznania się z warunkami zawieranej umowy jeszcze przed złożeniem na umowie podpisu, którym poświadcza, iż wzorce zostały mu doręczone, że się z nimi zapoznał i je akceptuje. Według tego poglądu Prezesa UOKiK, w przypadku umów zawieranych na odległość, konsument może następnie podjąć decyzję, iż warunki umowy (z którymi zapoznał się umowę podpisując) z takich czy innych względów mu nie odpowiadają, i skorzystać z prawa odstąpienia od umowy. Zdaniem KIGEiT zapoznanie się z warunkami

umowy jest czynnością bezpośrednio powiązaną (poprzedzającą) podjęcie decyzji, czy warunki te akceptuje. Na to właśnie przewidziany jest czas na odstąpienie od umowy zawieranej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Jeśli abonent miałby wystarczająco dużo czasu na zapoznanie się z warunkami umowy i – poprzez podpisanie umowy – dokonałby ich akceptacji, to jaki uzasadniony interes tego abonenta miałby uzasadniać jeszcze 10-dniowy okres na odstąpienie od umowy? Można się zgodzić, że użytkownik powinien mieć możliwość formalnej kontroli tego co podpisuje, czyli np. sprawdzenia, czy rzeczywiście otrzymał dokumenty i sprzęt, których odbiór swoim podpisem potwierdza. Tego problemu nie rozwiązuje jednak udostępnienie abonentowi wzorca z wyprzedzeniem w stosunku do podpisania umowy. Wydaje się również rozsądne oczekiwanie, żeby abonent nie musiał oświadczać przy umowie zawieranej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, że zapoznał się i akceptuje wszystkie jej warunki, skoro nie mógł się z nimi zapoznać przed podpisaniem umowy. Jednakże merytoryczna weryfikacja wzorca przez abonenta, poprzedzająca decyzję, czy odpowiadają mu warunki umowy i czy chce być jej stroną, powinna się dokonywać w okresie przewidzianym ustawowo na swobodne odstąpienie od umowy.

IV.3 Prawo odstąpienia od aneksu do umowy zawartego poza lokalem przedsiębiorstwa

***„Zwracamy się do Izb z propozycją przyjęcia jako zasady, iż w przypadku zawarcia aneksu do umowy poza lokalem przedsiębiorstwa konsument ma możliwość odstąpienia od tak dokonanych zmian w terminie ustalonym przez Izby (proponujemy termin nie krótszy niż 10 dni). Konstrukcja taka jest prawnie w pełni dopuszczalna i przybiera postać umownego (w odróżnieniu od ustawowego) prawa odstąpienia od umowy*" (s. 11).**

Proponowana konstrukcja jest oczywiście w pełni dopuszczalna prawnie, ale naszym zdaniem taka deklaracja powinna być uzależniona od indywidualnej decyzji danego przedsiębiorcy i składana co najwyżej w indywidualnych relacjach przedsiębiorca-konsument. Z tego względu propozycję Prezesa UOKiK zakładającą wprowadzenie generalnego rozwiązania nie wynikającego z przepisu prawa traktujemy raczej jako postulat *de lege ferenda*, wymagający dalszej dyskusji i szczegółowego uzasadnienia. Stosowanie takiego rozwiązania – jakkolwiek korzystne dla konsumentów – może się wiązać z podniesieniem kosztów wykonywania działalności gospodarczej przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych. W sytuacji, kiedy proponowana zasada nie będzie wynikać z przepisów prawa, jest wielce prawdopodobne, że nie będzie stosowana przez wszystkich przedsiębiorców, przy czym tym przedsiębiorcom, którzy tej zasady stosować nie będą, nie będzie można stawiać zarzutu z tego powodu. W konsekwencji ci przedsiębiorcy, którzy zdecydowaliby się na zastosowanie rozwiązania proponowanego przez UOKiK mogą się znaleźć w trudniejszej sytuacji konkurencyjnej w stosunku do innych podmiotów działających na tym samym rynku, którzy takiego rozwiązania stosować nie będą.

IV.4 Umożliwianie konsumentom odstępowania od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz zmiany umowy (aneksu) już po rozpoczęciu świadczenia usługi

***„(…) czy Izby popierają wprowadzenie przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych rozwiązań pozwalających konsumentom odstępować od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz zmiany umowy (aneksu) już po rozpoczęciu świadczenia usługi*" (s. 11).**

KIGEiT w przedmiotowym aspekcie wskazuje ponownie, iż procedura wynikającą z art. 56 ust 6 PT w przypadku zastosowania środków porozumiewania się na odległość obejmuje m.in. uprawnienie abonenta do odstąpienia od dokonanych zmian. Jest to rozwiązanie samodzielne i odmienne od przyjętego w uonpk.

KIGEiT podkreśla, iż po stronie dostawcy usług, przy zastosowaniu umownego prawa do odstąpienia od umowy po rozpoczęciu świadczenia usług, powstaje problematyka natury podatkowej. Odstąpienie od umowy ma charakter *ex tunc* (zgodnie z art. 7 ust. 3 uonpk „*w razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty*"), co powoduje – iż dostawca usług świadczył usługi bez podstawy prawnej. W takim przypadku do rozstrzygnięcia na gruncie podatkowym pozostaje kwestia, jaki podmiot powinien odprowadzić należny podatek VAT od świadczonych usług oraz czy dostawca usług powinien wystawić stosowne dokumenty podatkowe na rzecz konsumenta (stosowny PIT) ze względu na fakt powstania po jego stronie przychodu.

Co więcej, z odstąpieniem (ze skutkiem *ex tunc*) wiąże się problem możliwości egzekucji należności od konsumenta. Charakter prawny odstąpienia powoduje, iż po stronie operatora brak jest efektywnych instrumentów prawnych pozwalających na wyegzekwowanie należności.

Zatem propozycję UOKiK polegającą na wprowadzeniu rozwiązań pozwalających konsumentom „*odstępować od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz zmiany umowy (aneksu) już po rozpoczęciu świadczenia usługi*" oceniamy **negatywnie**. Takie rozwiązanie wywołuje szereg ryzyk, w tym po stronie konsumenta. Proponujemy zatem w tym zakresie trzymać się ściśle wymagań wynikających z przepisów prawa.

IV.5 Kwestia umożliwienia konsumentowi zapoznania się ze wzorcem umowy przed jej podpisaniem w kontekście pozostawienia konsumentowi wartościowego sprzętu

***„(…) jeden z operatorów telefonii komórkowej zaproponował warty rozważenia mechanizm, który pozwalałby na wysłanie konsumentowi, który tego zażąda w trakcie rozmowy z konsultantem, na elektroniczną skrzynkę pocztową wzorców umów, które byłyby dla konsumenta wiążące w przypadku podpisania umowy (aneksu do umowy). O ile przedstawione propozycja nie rozwiązuje wszystkich problemów (konsument musiałby zweryfikować, czy dokumenty doręczone i przedstawione do podpisu przez kuriera są identyczne z dokumentami przesłanymi na skrzynkę), o tyle jest to propozycja idąca w dobrym kierunku, i zdziwienie budzi fakt, iż została pominięta w piśmie PIIT*" (s. 12).**

KIGEiT wskazuje, iż komunikacja elektroniczna jest najbardziej odpowiednią formą dla przesyłania wzorców umownych.

Niemniej jednak niejako wyprzedając dalszą argumentacje wskazujemy, że: 1) publikowanie wzorców umownych na stronach internetowych dostawców usług, 2) w odpowiedniej formie, 3) z zapewnieniem łatwego dostępu do wzorców po stronie konsumentów, a także 4) zapewnienie możliwości stosowania elektronicznych formularzy, stanowi jak się wydaje

jedyne racjonalne rozwiązanie, będące remedium na dostrzegany przez UOKiK problem z możliwością zapoznania się przez konsumentów z wzorcami umownymi.

Ponadto zdaniem KIGEiT można rozważyć, aby przesłanie wzorca umownego następowało na żądanie użytkownika wyrażone poprzez wypełnienie formularza na stronie internetowej. Takie rozwiązanie zapewnia, iż zostaną zachowane standardy bezpieczeństwa, zaś odpowiedzialność za prawidłowe podanie danych osobowych oraz m.in. adresu poczty elektronicznej byłaby po stronie konsumenta, jako dysponenta tych danych. Pozwoliłoby to na uniknięcie sytuacji, w której nastąpiłoby np. niedokładne zanotowanie adresu mailowego przez konsultanta w trakcie rozmowy telefonicznej.

Z tego względu, jeżeli możemy rozważyć jakieś rozwiązanie, to właśnie wskazane powyżej.

IV.6 Inne rozwiązania w zakresie umożliwienia konsumentowi zapoznania się ze wzorcem umowy przed jej podpisaniem

„Konsument na etapie składania zamówienia (telefonicznie lub na stronie internetowej) dotyczącego zawarcia/zmiany umowy ma udostępnioną wyraźną możliwość zaznaczenia, iż chce mieć możliwość zapoznania się z wzorcami pod nieobecność kuriera. W takim przypadku kurier pozostawiałby u konsumenta same wzorce umowy, bez zamówionego sprzętu, umawiając się jednocześnie z konsumentem na określony termin kolejnej wizyty w celu odebrania podpisanych dokumentów i wydania sprzętu – przy czym dopuszczalne byłoby wyznaczenie przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego maksymalnego terminu związania swoją ofertą (przykładowo od 2 do kilku dni), po upływie którego ofertę należałoby uznać za niekatulaną. Jeżeli po zapoznaniu się z wzorcami umów konsument podejmie decyzję o zawarciu/zmianie umowy - podpisuje dokumenty, a kurier odbiera je (w terminie wcześniej uzgodnionym lub wyznaczonym telefonicznie) i wydaje sprzęt.
Można sobie również wyobrazić mechanizm, iż po wyrażeniu przez konsumenta zainteresowania ofertą przedsiębiorca wysyła mu wzorce umów przesyłką pocztową (zwykłą, rejestrowaną, ekspresową – wedle uznania przedsiębiorcy). Po zapoznaniu się z dokumentami i podjęciu decyzji o zawarciu/zmianie umowy konsument mógłby się skontaktować z osobą wcześniej przyjmującą zamówienie, w celu poinformowania o podjętej decyzji. W takim przypadku przedsiębiorca mógłby wysłać do konsumenta kuriera po odbiór podpisanych dokumentów i wydanie sprzętu.
***Powyższe dwa mechanizmy są jedynie przykładowe i można przyjąć, iż przedsiębiorca będzie w stanie opracować więcej modeli zawierania umów na odległość, które będą uwzględniały zarówno interesy przedsiębiorców, jak i konsumentów. Należy ponadto zauważyć, iż powyższe dwa przykłady nie zakładają wydania konsumentowi sprzętu telekomunikacyjnego przed podpisaniem umowy lub aneksu, co wydaje się być newralgicznym argumentem prezentowanym przez PIIT. Faktem jest, iż przyjęcie takich mechanizmów mogłoby być kosztowniejsze niż mechanizmy stosowane aktualnie, nie mniej jednak biorąc pod uwagę, iż zasadą stosowaną już w chwili obecnej jest, iż kurier jest obowiązany do podjęcia trzech prób doręczenia przesyłki jednemu konsumentowi, wzrost kosztów powinien być minimalny*” (s. 12).**

KIGEIT wychodząc naprzeciw inicjatywie Prezesa UOKiK w zakresie zapoznawania się przez konsumenta ze stosowanymi przez operatorów wzorcami umownymi proponuje, by operatorzy stworzyli dedykowaną podstronę z dokumentami abonenckimi oraz dedykowany formularz pozwalający na kontakt z operatorem umożliwiający zgłoszenie chęci zapoznania się z wzorcami umownymi (na co wskazaliśmy już w punkcie IV.5).

Odnosząc się do propozycji wysyłania wzorców umownych poprzez pocztę bądź za pomocą przesyłki kurierskiej wskazujemy, że podstawowym elementem, na który należy zwrócić uwagę, jest **element czasowy proponowanych przez Prezesa UOKiK rozwiązań**. Naszym zdaniem propozycje UOKiK jedynie skomplikują sytuację prawną konsumentów i wywołają negatywne skutki. Wskazane wyżej propozycje zakładają wydłużenie procesu zawierania umów, co stoi w sprzeczności z dynamiką rynku telekomunikacyjnego oraz potrzebami samych konsumentów.

W ocenie KIGEiT zaproponowane rozwiązania oprócz elementu kosztowego, znacząco wydłużają proces zawierania umów, co może mieć bezpośrednie przełożenie na sytuację konsumenta.

Na marginesie należy wskazać, iż konkluzja Prezesa UOKiK dotyczącą minimalnego wzrostu cenowego jest błędna (i zdaje się wynikać z nieznajomości procesu sprzedaży kurierskiej). W tym zakresie wyjaśniamy, że ze względu na fakt, iż trzy próby doręczenia przesyłki dotyczą tej samej przesyłki – opłata kurierska jest opłatą za skuteczne doręczenie – rozwiązanie zaproponowane przez Prezesa UOKiK zakłada co najmniej dwukrotną konieczność skorzystania z usług kurierskich (KIGEiT wskaże sytuacje, w których może nastąpić zwiększona liczba kontaktów z kurierem).

Kolejnym argumentem przemawiającym przeciwko zastosowaniu rozwiązań przedstawionych przez Prezesa UOKiK są komplikacje związane z ograniczonymi czasowo promocjami. Pojawić się mogą niejasności i niezadowolenie klienta, kiedy pomiędzy otrzymaniem wzorca umowy i jej zawarciem przypadać będzie początek albo przede wszystkim koniec promocji. Z jednej strony trudno oczekiwać, że dostawca usług będzie wydłużał okres promocji do czasu zastanowienia się i podjęcia decyzji przez abonenta poza zaplanowany okres, z drugiej strony trudno przedstawiając abonentowi wzorzec umowy nie uwzględniać korzystniejszych dla niego warunków wynikających z promocji, kiedy jeszcze ona obowiązuje.

KIGEiT podkreśla, iż wydłużenie procesu zawarcia umowy może doprowadzić do sytuacji, w której konsumentowi nie będzie świadczona usługa i nastąpi przerwa w świadczeniu usługi. Sytuacja taka może mieć miejsce np. w przypadku zmiany operatora. Zastosowanie wydłużonego procesu jest niemożliwe w przypadku przenośności numerów w sieciach komórkowych, w przypadku wskazanym w § 10 ust. 7 Rozporządzenia Ministra Infrastruktury z dnia 16 grudnia 2010 r. w sprawie warunków korzystania z uprawnień w publicznych sieciach telefonicznych (właśnie ze względu na ścisłe rygory czasowe).

Stosowanie procesu zaproponowanego przez Prezesa UOKiK byłoby zaprzeczeniem adhezyjności wzorców umownych ze względu na konieczność weryfikacji po stronie operatora, czy abonent nie dokonał zmian w dostarczonym wzorcu umownym. Proces weryfikacji byłby dodatkowym czasochłonnym procesem. Ponadto, w przypadku dokonania zmian przez abonenta, mielibyśmy w istocie do czynienia z negocjacjami co do treści umowy, co w konsekwencji także podnosi koszt (czterokrotna wizyta kuriera) zawarcia umowy.

Zdaniem KIGEiT zastosowanie środków porozumiewania się na odległość miało na celu umożliwienie abonentowi oraz operatorowi rozszerzenie wachlarza możliwości zawarcia/zmiany umowy, jak również przyspieszenie tego procesu. Propozycja Prezesa UOKiK stoi w sprzeczności z założeniami leżącymi u podstaw wprowadzenia tych rozwiązań, a jej implementacja wpłynęłaby negatywnie na konkurencyjność rynku, która objawia się przede wszystkim w dynamice przejść międzyoperatorskich.

Niepożądane skutki wprowadzenia propozycji Prezesa UOKiK w zakresie zawierania umowy za pomocą środka porozumiewania się na odległość widać w porównaniu do zawierania umowy w lokalu przedsiębiorcy. Rozwiązanie z założenia mające na celu m.in. przyspieszenie procesu byłoby w znacznym stopniu wydłużone w stosunku do zawarcia umowy w lokalu przedsiębiorstwa lub w punkcie sprzedaży.

Podsumowując, KIGEiT nie popiera rozwiązań zaproponowanych w Piśmie, a jedyne godne rozważenia rozwiązanie przedstawiliśmy w punkcie IV.5.

Ad V. Dostępność wzorców umów na stronie internetowej wraz z kwestią udostępniania właściwych wzorców w procesie składania zamówienia na stronie internetowej.

***„zwracamy się z uprzejmą prośbą do PIIT, jak i KIGEiT oraz PIKE o wyraźne wskazanie, czy w powyższym zakresie podzielają wnioski zaprezentowane w Dokumencie, a jeżeli tak, prosimy o bardziej szczegółowe informacje na temat planowanych przez Izby działań, mających na celu zapewnienie, iż procesowi składania zamówienia na stronie internetowej będą towarzyszyły właściwe wzorce umów. Powyższa prośba dotyczy również informacji na temat działań, jakie zostaną podjęte w celu ułatwienia konsumentom dostępu do wzorców publikowanych na stronie internetowej, w szczególności poprzez np. zamieszczenie na stronach wyraźnych i widocznych odnośników do wzorców, pogrupowania wzorców (np. aktualne, archiwalne, z podziałem na oferty itp.). Pragniemy zauważyć, iż w powyższym zakresie dyskusja może być merytorycznie prowadzona tylko w oparciu o konkretne propozycje i działania planowane przez Izby*" (s. 14).**

KIGEiT zgadza się z postulatem Prezesa UOKiK co do konieczności dedykowania podstrony, na której Konsument mógłby zapoznać się ze wzorcami umownymi stosowanymi przez operatora. Izba podda pod rozwagę swoich członków pomysł polegający na tym, aby konsument zapoznając się z konkretną propozycją oferty promocyjnej otrzymywał informacje o wszystkich wzorcach umownych (umowie, cenniku, regulaminie promocji), które mają stanowić podstawę stosunku zobowiązaniowego.

KIGEiT deklaruje, iż rozpocznie wśród swoich członków dyskusje w tym przedmiocie mając na celu wypracowanie odpowiedniego rozwiązania technicznego. Jednakże ze względu na dużą liczbę zainteresowanych podmiotów, uzgodnienie wspólnego stanowiska wymaga czasu przekraczającego stosunkowo krótki termin odpowiedzi na Pismo.

Ad VI. „Zasada jednej kartki" w powiązaniu z wielkością czcionki, za pomocą której przygotowano tekst wzorca

VI.1 Rozumienie „zasady jednej kartki" przez KIGEiT

KIGEiT nie przyjmuje jako dogmatu, iż treść umowy musi zostać zamieszczona na jednej kartce. W szczególności zaś Izba nie twierdzi, że podstawowym kryterium określenia elementów obligatoryjnych umowy w Prawie telekomunikacyjnym powinien być postulat „pomieszczenia" tych elementów na jednej kartce. Izbie chodzi o to, że bez uszczerbku dla ochrony istotnych interesów abonentów możliwe jest skonstruowanie takiego zestawu tych elementów, które nie będzie zajmować wielu kartek. Mamy przy tym świadomość, iż kwestia kształtowania unormowań Prawa telekomunikacyjnego wykracza poza ramy niniejszego projektu i kompetencje Prezesa UOKiK.

VI.2 Wielkość czcionki

„(…) ***przyjmując postawę realistyczną UOKiK jest gotowy przyjąć zasadę czcionki nie mniejszej niż „10", przy czym czytelność będzie w takim przypadku zależała również o typu czcionki, jak i szaty graficznej wzorca. W tym miejscu pragniemy również zaproponować, aby udostępniane wzorce umowy w formie elektronicznej na stronach internetowych przedsiębiorców zachowywały standardową wielkość czcionki „12" i/lub wyświetlany tekst dawał się powiększyć wedle uznania czytającego, również w celu dokonania wydruku*" **(s. 16).**

KIGEiT wskazuje, iż zmiana wielkości czcionki oraz ewentualnej zmiany szaty graficznej wymaga dokonania analizy tych zmian przede wszystkim pod kątem produkcyjnym oraz marketingowym.

Pod pojęciem aspektu produkcyjnego należy rozumieć konieczność dokonania analizy pod katem przygotowania druku, ewentualnej zmiany stosowanych kopert i kosztów z tym związanych. Należy podkreślić, iż ewentualne zwiększenie wielkości czcionki wpłynie na ilość drukowanego papieru a tym samym na ciężar przesyłki, którą ma otrzymać abonent. Zwiększona objętość wzorców umownych, m.in. regulaminu, może spotkać się z negatywnym odbiorem ze strony abonenta – po stronie abonenta może powstać wrażenie zwiększonej liczby „kartek" do zapoznania się. Wielostronicowy regulamin oraz powiększona objętość umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych może potęgować niechęć do zapoznania się z jego elementami, co oczywiście nie oznacza, że niewielka liczba stron zadrukowanych małą czcionką zachęca do lektury. Zwiększenie objętości stoi w sprzeczności z inicjatywą Green ICT zmierzająca do ograniczenia obrotu papierowego i wykorzystania środków elektronicznych.

Pod pojęciem marketingowym należy rozumieć konieczność analizy strategii marketingowej pod względem stosowanych szat graficznych, układu treści wzorców umownych, elementów rozpoznawalnych na rynku wykorzystywanych przez operatorów (rodzaj czcionki, format umowy). KIGEiT wskazuje, iż ewentualna zgoda operatorów na przedstawiony przez Prezesa UOKiK postulat wymaga dokonania po stronie operatorów analizy wpływu tych zmian na funkcjonowanie operatorów. Dlatego też KIGEiT zwraca się z prośba o możliwość dokonania takiej analizy i przedstawienia jej wyników w późniejszym terminie.

VII. Wskazywanie bezpośrednio w umowie oraz aneksie do umowy (a nie cenniku) wysokości opłat abonamentowych za usługi (zarówno za usługi podstawowe jak i usługi dodatkowe, jeżeli za takie usługi przewidziana jest opłata abonamentowa)

„UOKiK poddaje pod rozwagę interesariuszy następującą propozycję. Umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych może wskazywać wysokość należnych opłat abonamentowych nie w postanowieniach o charakterze prawno-kształtującym, ale w formie niejako wyciągu z załączonych do umowy regulaminów i cenników promocyjnych, albo też jako swoistego rodzaju oświadczenie, iż abonent zapoznał się z cennikami i regulaminami promocji, z których wynika wskazana kwotowo opłata abonamentowa. Jedynie roboczo i w charakterze przykładu można by wskazać, iż powyższy mechanizm mógłby wyglądać następującą:
1. W części umowy poświęconej załącznikom do umowy (regulaminom, cennikom) znajdowałoby się informacja, iż zgodnie z wiążącymi konsumenta cennikiem bądź cennikiem określonej promocji (z podaniem nazwy cennika) wysokość opłat abonamentowych wynosi XXXX. Takie postanowienie o charakterze wyłącznie informacyjnym oznaczałoby wprost, iż wysokość opłat abonamentowych została zastrzeżona

w cenniku lub cenniku promocji, a stosowne postanowienie ma charakter wyłącznie informacyjny.
2. Mechanizm analogiczny do powyższego, który zakłada, iż w części poświęconej oświadczeniom konsumenta o zapoznaniu się z załącznikami umowy (cennikiem, regulaminem) znajdowałoby się oświadczenie abonenta, iż zapoznał się z informacją o wysokości opłat abonamentowych (oczywiście z podaniem kwot brutto tych opłat) wynikających z wymienionego z nazwy cennika lub cennika promocyjnego." **(s. 17).**

KIGEiT wskazuje, iż informacja dotycząca wysokości opłat abonamentowych w formie załącznika nie będzie miała charakteru informacyjnego, ale charakter prawno kształtujący co za tym idzie powielenie w kilku miejscach – cenniku, regulaminie promocji – informacji o wysokości opłat abonamentowych może powodować pomyłki. Przy czym wiążącym dokumentem i tak byłby cennik, bowiem informacja o opłacie miałaby według koncepcji UOKiK znajdować się „*nie w postanowieniach o charakterze prawno-kształtującym*".

Ponadto może budzić wątpliwość koncepcja, że jakaś część umowy nie ma charakteru prawno-kształtująca. Umowa jako całość albo obowiązuje, albo nie – takie przynajmniej może być jej postrzeganie przez konsumentów. Innymi słowy propozycja Prezesa UOKiK zamiast zwiększyć przejrzystość umowy może ją zmniejszyć.

Ponadto przyjęcie propozycji UOKiK doprowadziłoby do sytuacji, w której ta sama informacja znajdowałaby się oprócz w dedykowanej części wzorca umownego (cenniku), także w innych elementach wzorca, w szczególności w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych. Zasada pierwszeństwa postanowień umowy w stosunku do innych wzorców umownych powodowałaby, w przypadku pomyłki, iż element informacyjny jako – zdaniem KIGEiT- essentialia negotii mógłby być postrzegany jako wiążąca opłata.

Odnosząc się do postulatu Prezesa UOKiK zawartego na stronie 17 Pisma jako wniosek nr 2, Izba podkreśla, iż regulamin promocji zapewnia abonentowi możliwość porównania i wyboru usługi w zakresie jak najbardziej odpowiadającej jego potrzebom. Zawężanie regulaminów i cenników promocji byłoby niewłaściwe ze względów wskazanych powyżej. Skorzystanie z jednej z możliwości oferowanych w regulaminie promocji nie wyklucza często możliwości dokonania zmiany w ramach tej samej promocji. Brak możliwości porównania, a co za tym idzie konieczność kreowania znacznej liczby „podregulaminów", wpłynie negatywnie na przejrzystość oferty.

Z tych powodów jesteśmy zdania, że propozycja UOKiK nie jest zasadna.

Ad VIII. Potrzeba podawania we wzorcach umów wymaganej od abonenta formy oświadczenia woli oraz danych teleadresowych placówek lub osób, którym te oświadczenia mają być złożone

VIII.1. Forma oświadczenia woli

„Umowa (regulamin) powinna wyraźnie określać w jakiej formie należy złożyć oświadczenia woli np. wypowiedzenia umowy albo złożenia oświadczenia o nieprzekształcaniu umowy, po upływie terminu na jaki została zawarta, w umowę zawartą na czas nieoznaczony. W tych przypadkach, w których przepisy prawa określają dopuszczalne formy świadczeń woli (np. złożenie reklamacji usługi telekomunikacyjnej) informacja w umowie powinna odpowiadać przepisom prawa. W tych przypadkach, gdzie

***przepisy prawa kwestii wymaganej formy oświadczenia woli nie regulują, a zatem ustawodawca dał w tym zakresie swobodę kontraktową stronom umowy, umowa (regulamin) powinna precyzować jakie formy są akceptowane przez przedsiębiorcę (forma pisemna, elektroniczna, telefoniczna, ustna w punkcie obsługi itd.) – oczywiście dopuszczalne formy powinny być tak wybrane, aby nie utrudniać abonentom realizacji ich praw wynikających z przepisów prawa lub roszczeń wynikających z umowy. W ocenie UOKiK, co do zasady czym szerszy wachlarz dopuszczalnych form, tym lepiej*" (s. 19).**

KIGEiT wskazuje, iż regulaminy operatorów określają, jakie formy są dopuszczalne. W obecnym czasie, ze względu na wpływ oświadczenia na relację konsument – operator, oświadczenie to przyjmowane jest z zachowaniem formy pisemnej. Dopuszczenie szerszego wachlarza form jest uzależnione od sposobu prowadzenia działalności telekomunikacyjnej przez poszczególnych operatorów zrzeszonych w Izbie.

Zatem wskazujemy, że można rozważyć wprowadzenie rozwiązania polegającego na określaniu we wzorcach formy, jaka należy użyć przy składaniu oświadczeń.

Jednak z drugiej strony, rozszerzenie wachlarza wymaga konsultacji wewnątrz Izby, dlatego też KIGEiT zwraca się z uprzejmą prośbą o umożliwienie przedstawienia szczegółowego stanowiska w późniejszym terminie.

VIII.2. Dane teleadresowe placówek lub osób, którym oświadczenia mają być złożone

„(…) ***proponujemy uzupełnić Dokument o rekomendacje w zakresie stosowanych przez przedsiębiorców schematów organizacyjnych, określających jednostki organizacyjne uprawnione do przyjmowania oświadczeń woli i wiedzy konsumentów. O ile powyżej wskazano na wymagania co do precyzji umowy ze wskazaniem, iż celem inicjatywy nie jest narzucanie przedsiębiorcy, co do zasady, rozwiązań co do jednostek przyjmujących oświadczenia woli, o tyle dobre obyczaje wymagają – zdaniem UOKiK – przyjęcia pewnych standardów dotyczących przede wszystkim dużych przedsiębiorców o rozbudowanej strukturze organizacyjnej. W przypadku przedsiębiorców o rozbudowanej strukturze (liczne punkty sprzedaży i obsługi klienta) nie wydaje się zgodne z dobrymi obyczajami wymaganie złożenia oświadczenia woli jedynie w siedzibie przedsiębiorcy, biorąc pod uwagę, iż takie oświadczenia mogłyby przyjmować również punkty obsługi klienta, które są przecież umocowane do zawierania umów (a więc przyjmowania i składania oświadczeń woli). Zatem proponujemy, aby jako zasadę przyjąć, iż:***
a) Abonent może złożyć oświadczenie woli, w szczególności wypowiedzenie umowy, oświadczenie o nieprzekształcaniu umowy w umowę zawartą na czas nieoznaczony, w dowolnym punkcie handlowym przedsiębiorcy, a <u>przynajmniej</u> w tym punkcie, w którym konsument zawarł umowę, z którą jest związane składane oświadczenie woli. Z praktyki wynika, iż pracownicy punktów handlowych są umocowani do zawierania z konsumentami umów (a zatem są umocowani do składania i przyjmowania oświadczeń woli w imieniu przedsiębiorcy telekomunikacyjnego), a jednocześnie – w przypadku niektórych przedsiębiorców – pracownicy punktów handlowych odmawiają przyjęcia oświadczeń woli konsumenta dotyczących wykonywania lub rozwiązania umowy. Taka praktyka wydaje się być sprzeczna z dobrymi obyczajami, gdyż nie znajdujemy żadnego racjonalnego uzasadnienia dla odmawiania konsumentom możliwości złożenia oświadczenia woli (np. o nieprzedłużaniu umowy) w punkcie handlowym, w którym konsument zawarł lub w którym mógłby zawrzeć umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

***b) Konsument, który zawarł umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych na odległość albo poza lokalem przedsiębiorstwa, może złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy oraz zwrócić towar nie tylko listownie na podany adres korespondencyjny, ale również osobiście w dowolnym punkcie handlowym przedsiębiorcy telekomunikacyjnego. Rozwiązanie takie służyłoby zarówno konsumentom, jak i przedsiębiorcom, gdyż eliminowałoby spory o to, czy ewentualne uszkodzenia zwracanego sprzętu powstały w trakcie przesyłki, czy też są konsekwencją niewłaściwego użytkowania przez konsumenta - pracownik punktu mógłby sprawdzać stan zwracanego sprzętu w obecności konsumenta. Przyjęcie zasad odmiennych wydaje się być sprzeczne z dobrymi obyczajami, gdyż trudno jest znaleźć racjonalne uzasadnienie dla odmawiania konsumentom możliwości złożenia oświadczenia woli odstąpienia od umowy w punkcie handlowym, w którym konsument mógłby zawrzeć umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych*" (s. 20-21).**

Odnosząc się do propozycji Prezesa UOKiK KIGEiT wskazuje, że najbardziej optymalną i akceptowalną formą byłoby wskazanie na stronie internetowej danego dostawcy usług lokalizacji, w których abonent może dokonać np. zwrotu sprzętu lub złożyć oświadczenie woli. Pozwoli to każdemu z Operatorów ocenić własne możliwości finansowo- techniczne dla rozszerzenia działalności o dodatkowe punkty „przyjmowania" oświadczeń abonenta.

Przyjęcie proponowanych rozwiązań wymaga analizy techniczno–informatycznej oraz analizy kosztowej. Umożliwienie klientom składania oświadczeń woli w dowolny, umowny sposób oraz rozszerzenie liczby miejsc jako właściwych dla składania oświadczeń wymaga istnienia rozwiązań technicznych umożliwiających zagwarantowanie, iż oświadczenie woli konsumenta lub np. zdanie modemu będzie „bezpieczne" dla abonenta pod względem jego sytuacji prawnej. W przypadku oddania sprzętu fakt ten musi zostać odnotowany w systemach logistycznych operatora oraz jednocześnie w systemach CRM operatora, a także wymaga zapewnienia logistyki pomiędzy punktami sprzedaży a właściwym magazynem danego operatora.

Ad IX. Konsekwencja w stosowanej terminologii na przykładzie pojęcia „roszczenia o zwrot ulgi" oraz „kary umownej" wraz z postulatem wskazywania w umowie elementów składających się na ulgę - postulat wskazywania w umowie łącznej wartości ulgi

***„Podtrzymujemy natomiast postulat, zgodnie z którym w samej umowie powinna zostać wskazana łączna wartość udzielonej ulgi. Zatem umowa powinna wskazywać łączną wartość ulgi, podczas gdy regulamin promocji lub cennik powinien w sposób przystępny wskazywać na elementy, które razem składają się na całość udzielonej ulgi*" (s. 22).**

KIGEiT wskazuje, iż wskazanie łącznej wartości ulgi może być dla abonenta mylące ze względu na fakt, iż wysokość ulgi wpisana w umowie dotyczy wyłącznie momentu zwarcia umowy i w przypadku wypowiedzenia umowy np. następnego dnia po jej zawarciu ze względu na okres wypowiedzenia nie odzwierciedla właściwej kwoty, co do której naliczenia z tytułu udzielonych ulg Operator byłby uprawniony.

Ponadto zgodnie z zasadą wynikającą z art. 57 ust 6 PT wysokość tej opłaty ulega proporcjonalnemu zmniejszeniu.

Poza tym wskazujemy, iż w przypadku kilku usług zebranych w pakiecie, a następnie rezygnacji tylko z części usług, podanie łącznej wysokości udzielonych ulg byłoby mylące

dla abonenta ze względu na fakt, iż możliwość naliczenia tzw. „opłaty wyrównawczej" dotyczyłaby wyłącznie wypowiedzianej usługi.

KIGEiT podkreśla ponadto, iż operatorzy tworzą regulaminy promocji, w których podawana jest wysokość udzielonych ulg i sposób ich naliczenia – powielenie tych informacji, w przypadku umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych nie spowoduje zwiększenia przejrzystości tych umów, a wręcz odniesie skutek odwrotny od zamierzonego – powodując rozszerzenie elementów umowy i powiększenie jej objętości.

Ad XIII. Przenoszenie elementów i informacji przedmiotowo istotnych dla konsumenta z umowy do regulaminu lub cennika usług

„W ocenie UOKiK rozwiązaniem mogłoby być wskazywanie w umowie (nie regulaminie lub cenniku) zasad jej przedłużania, ze wskazaniem jaki regulamin lub cennik (np. dotychczasowy cennik z wyłączeniem warunków promocyjnych obowiązujących tylko w czasie oznaczonym na jaki została zawarta umowa) będzie dla konsumenta wiążący w przypadku automatycznego przekształcenia się umowy w umowę zawartą na czas nieoznaczony. W związku z powyższym zwracamy się do wszystkich Izb z uprzejmą prośbą o informację, czy powyższa propozycja spotka się z akceptacją członków Izb oraz ewentualnie o przesłanie innych propozycji, które respektowałyby wymóg zamieszczania we wzorze umowy (nie regulaminie lub cenniku) postanowień określających warunki przedłużania umowy (art. 56 ust. 3 pkt 8 Prawa telekomunikacyjnego)" **(s. 25).**

KIGEiT podkreśla, iż przyjętym na rynku telekomunikacyjnym standardem jest tworzenie – oprócz cennika – trzech kategorii wzorców umownych:

1) umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych
2) regulamin promocji
3) regulamin świadczenia usług telekomunikacyjnych.

KIGEiT ponownie zwraca uwagę na fakt, iż regulamin promocji stanowi zamkniętą całość w zakresie danej promocji, tzn. wskazuje na elementy promocyjne, wartość ulgi, wysokość ulgi, wysokość opłat abonamentowych oraz sposób naliczania „opłat wyrównawczych" a także zasady obowiązujące abonenta po okresie promocyjnym.

Powtarzanie informacji w umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz wpisywanie do tej umowy elementów stanowiących materię cennikową powoduje zwiększenie objętości informacji, z którą musi zapoznać się abonent.

Dla abonenta korzystającego z promocji wiążący (po przekształceniu umowy z okresu promocyjnego na czas nieokreślony) jest ten sam cennik, na podstawie którego operator w ramach promocji świadczył usługi.

Prezes Zarządu

Stefan Kamiński