DELEGATURA
UOKiK W KATOWICACH

Katowice, dnia 26. 09. 2007r.

RKT – 61 – 13/07/AD

DECYZJA Nr RKT - 42 /2007

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.), § 4 ust. 1 i § 7 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 17 lipca 2007r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 134, poz. 939),

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, przeciwko Tadeuszowi G. prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą Hotel G., (...) Wisła :

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszające zbiorowe interesy konsumentów praktyki polegające na:**

1. stosowaniu chronionych prawem nazwy rodzajowej „hotel" oraz oznaczenia kategorii „****" (cztery gwiazdki) w odniesieniu do obiektu zlokalizowanego w Wiśle, przy (...), bez wymaganej prawem decyzji właściwego organu administracji o zaszeregowaniu obiektu hotelarskiego do odpowiedniego rodzaju i kategorii, co jest niezgodne z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o usługach turystycznych (t. j. Dz. U. z 2004r., Nr 223, poz. 2268 ze zm.), a także na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w zakresie oznaczenia świadczonych usług, co jest niezgodne z art. 10 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t. j. Dz. U. z 2003r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) oraz z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
2. stosowaniu reklamy wprowadzającej w błąd i mogącej przez to wpłynąć na decyzje klientów, co do nabycia towaru lub usługi, poprzez stosowanie w folderze reklamowym oraz reklamach zamieszczanych w internecie prawnie chronionych oznaczeń dotyczących hotelu, co jest niezgodne z art. 16 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t. j. Dz. U. z 2003r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.) oraz z art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

i stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 18. 07. 2007r.

II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na Tadeusza G. prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Hotel G., (...) Wisła, karę pieniężną w wysokości 1000 zł (słownie: tysiąca złotych), płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 1 i 2 ustawy o ochronie

konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I 1 – 2 sentencji niniejszej decyzji.

III. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się Tadeusza G., prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Hotel G., (...) Wisła, kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 71 zł (słownie: siedemdziesięciu jeden złotych).

Uzasadnienie

Do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wpłynęło pismo Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego (zwanego dalej także UM) z dnia 24. 04. 2007r. (znak PR-0724/56/7/06, dowód: karta nr 26) dotyczące działań Tadeusza G. (zwanego dalej także stroną lub przedsiębiorcą), prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Hotel G., które dało asumpt do wszczęcia postępowania wyjaśniającego o sygnaturze akt RKT-403-38/07/AD. W piśmie tym wskazano, że przedsiębiorca oznacza prowadzony przez niego w Wiśle obiekt nazwą hotel i kategorią **** (czterech gwiazdek), pomimo braku stosownej decyzji właściwego organu administracji w tym zakresie. W przedmiotowym piśmie wskazano, że w 2003r. do Śląskiego Urzędu Wojewódzkiego (zwanego dalej także UW) wpłynął wniosek przedsiębiorcy w sprawie zaszeregowania obiektu w Wiśle do rodzaju hotel i nadanie mu kategorii ****, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych. Ze względu na brak pozytywnej dokumentacji i nie uzupełnienia jej pomimo pisemnych wezwań, Decyzją Wojewody Śląskiego z dnia 7 listopada 2003r. nr RR.KT.VI/KW/4032/0832/9/03 (zwaną dalej także decyzją Wojewody Śląskiego) orzeczono zakaz świadczenia usług hotelarskich przez Tadeusza G. w obiekcie „Hotel G.” w Wiśle, a decyzji tej nadano rygor natychmiastowej wykonalności. Przedmiotowa decyzja została następnie utrzymana w mocy decyzją Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 30 grudnia 2003r. (sygn. DT-II/hmj/020/597/2003, dowód: karty nr 28 – 30).
Dnia 25. 05. 2007r. do Śląskiego Urzędu Wojewódzkiego wpłynął kolejny wniosek o zaszeregowanie ww. obiektu do rodzaju hotel i kategorii ****. Również w tym przypadku wystąpiły braki, które w opinii rozpatrującego go UM nie pozwoliły na wydanie decyzji zgodnej z treścią otrzymanego wniosku. Braki te miały dotyczyć pozytywnej, bezwarunkowej opinii terenowej jednostki Państwowej Straży Pożarnej. W załączeniu do pisma z dnia 10. 05. 2007r. (PR-0724/56/7/07, dowód: karta nr 27) Śląski UM przesłał kopię Decyzji Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej z 30. 12. 2003r. (znak DT-II/hmj/020/597/2003, dowód: karty nr 28 – 30). Zgromadzone informacje i dokumenty dały podstawy do wszczęcia niniejszego postępowania administracyjnego, co uczyniono Postanowieniem nr 1 z dnia 22. 05. 2007r. (dowód: karta nr 1). W poczet dowodów w tym postępowaniu zaliczono oprócz ww. dokumentów wydruki zrzutów z ekranu stron internetowych „Hotelu G.” w Wiśle (dowód: karty nr 20 – 25), jak i pismo przedsiębiorcy z dnia 02. 05. 2007r. oraz dokumenty przekazane przez niego w toku postępowania wyjaśniającego (dowód: karty nr 6 – 18). W niniejszym piśmie (dowód: karty nr 6 – 7) przedsiębiorca oświadczył, że pod nazwą Hotel G. działa zgodnie z zaświadczeniem Burmistrza Miasta i Gminy Radzymin. Wskazał on też, że obiekt w Wiśle posiada zgodę na użytkowanie zespołu „Hotel G.” z dnia 12. 05. 2005r., a decyzja ta jest warunkowana usunięciem usterek, co zostało uczynione. Poinformował też o ww. decyzji Wojewody Śląskiego z listopada 2003r. zakazującej użytkowania „Hotelu G.”.

Przedsiębiorca wskazał jednak, że po otrzymaniu niniejszej decyzji usunął wszelkie niezgodności, dokonano wszystkich niezbędnych odbiorów budynku, w związku z czym 23. 05. 2005r. ponownie złożono do Śląskiego UW wniosek o zaszeregowanie obiektu. W terminie sporządzania przedmiotowego pisma postępowanie w tym zakresie było w toku. Tadeusz G. wskazał, że w tych okolicznościach nie posiada on decyzji uprawniającej do posługiwania się nazwą hotel w znaczeniu wynikającym z ustawy o usługach turystycznych. Odpowiednia decyzja w tym zakresie nie została wydana pomimo faktycznego spełnienia wszystkich wymogów i złożenia organowi administracji kompletu dokumentów. Sytuacja taka wynika w opinii przedsiębiorcy z opieszałości organu wydającego decyzję, który nawet nie wyznaczył terminu lustracji poprzedzającej zaszeregowanie obiektu do odpowiedniego rodzaju i kategorii. Przedsiębiorca podkreślił, że jego uprawnienie do posługiwania się nazwą Hotel G. znajduje oparcie we wpisie do ewidencji działalności gospodarczej. Uprawnienie to wynika także ze świadectwa ochronnego udzielonego przez Urząd Patentowy RP na znak towarowy „Hotel G.".
Przedsiębiorca poinformował, że w prowadzonym przez niego w Wiśle obiekcie nie jest dostępna dla gości jakakolwiek informacja określająca jego rodzaj i kategorię. Na dachu jest zamieszczony jedynie znak towarowy, o którym mowa powyżej, który jest wykorzystywany zgodnie z art. 154 ustawy z dnia 30 czerwca 2000r. Prawo własności przemysłowej (t. j. Dz. U. z 2002r. Nr 119, poz. 1117 ze zm.), który stanowi, że używanie znaku towarowego polega na posługiwaniu się nim m. in. w celu reklamy. Obiekt „Hotel G." w Wiśle posiada pod adresem www.(...).pl. informacyjną stronę internetową. Na terenie hotelu jest ponadto kolportowany folder, w którym opisano zakres świadczonych usług konferencyjno – szkoleniowo – kongresowych. Przedsiębiorca oświadczył, że nie prowadzi działań kwalifikowanych jako praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Wskazał on, że dokłada wszelkich starań, aby zaszeregować obiekt do określonego rodzaju i kategorii. Pomimo spełnienia wymogów stawianych hotelom o kategorii ****, posiadania pozytywnych opinii odpowiednich służb, stosowna decyzja w tym zakresie nie została wydana przez Marszałka Województwa Śląskiego.
W toku niniejszego postępowania strona ustosunkowała się do stawianych jej zarzutów pismem z dnia 30. 05. 2007r. (dowód: karty nr 31 – 34). Na wstępie strona wniosła o wydanie decyzji stwierdzającej, że opisane w Postanowieniu nr 1 praktyki nie naruszają zbiorowych interesów konsumentów. Przedsiębiorca powtórzył, że jest uprawniony do posługiwania się nazwą Hotel G. stosownie do wpisu do ewidencji działalności gospodarczej oraz zgodnie z posiadanym świadectwem ochronnym na zastrzeżony na jego rzecz znak towarowy. Strona podniosła, że w żadnym przypadku nie posługuje się nazwą rodzajową hotel, a tym bardziej oznaczeniem kategorii ****. W obiekcie w Wiśle, ani przy wejściu, ani przy recepcji, ani też w innych punktach nie widnieją ww. oznaczenia. Jedynym dokumentem, w którym posłużono się niniejszym oznaczeniami w odniesieniu do obiektu w Wiśle jest wniosek z dnia 23. 05. 2005r. złożony w Śląskim UW o zaszeregowanie obiektu w trybie przewidzianym w ustawie o usługach turystycznych. Przedsiębiorca zwrócił uwagę, że aby można było stwierdzić naruszenie art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, należy wykazać bezprawność zachowania przedsiębiorcy oraz fakt naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w konsekwencji stosowania określonej praktyki. Zarejestrowanie znaku towarowego przez Urząd Patentowy jest możliwe wyłącznie wtedy, gdy dany znak nie wprowadza nabywców w błąd, w szczególności co do charakteru towaru, jego jakości, właściwości albo pochodzenia. Fakt, że znak został zastrzeżony oznacza, że przedsiębiorca jest uprawniony do jego stosowania w zakresie prowadzonej działalności, w tym przypadku działalności prowadzonej pod nazwą Hotel G. W tych okolicznościach nie można zdaniem strony mówić o wprowadzaniu klientów w błąd, co do istotnych cech świadczonych usług. Odnosząc się do zarzutu stosowania reklamy wprowadzającej w błąd strona oświadczyła, że

w folderze reklamowym potencjalnych klientów informuje się o zakresie usług konferencyjno – szkoleniowo – kongresowym bez oznaczania, że usługi te są świadczone przez hotel ze wskazaniem kategorii ****. Zdaniem przedsiębiorcy również na stronie internetowej obiektu nie używa się oznaczeń chronionych ustawą o usługach turystycznych, a jedynie używa się nazwy będącej znakiem towarowym. Jeśli chodzi o oznaczanie obiektu w Wiśle na stronach internetowych, za pośrednictwem których istnieje możliwość wyszukiwania i rezerwowania pokoi odbywa się to bez wiedzy i zgody przedsiębiorcy, za wyjątkiem kontrahentów, z którymi zawarto w tym zakresie umowy. W piśmie z dnia 26. 06. 2007r. (dowód: karty nr 53 - 54) strona wyjaśniła, że w obiekcie zlokalizowanym w Wiśle świadczy usługi hotelarskie od 29. 05. 2003r., z tym, że pierwsi klienci byli uczestnikami konferencji organizowanej przez przedsiębiorcę. Pomimo wcześniej złożonego przez Dyrektora Hotelu oświadczenia, że konsumentów nie wiążą żadne regulaminy (dowód: karta nr 37), strona przyznała, że klienci korzystający z jej usług w obiekcie w Wiśle są związani postanowieniami regulaminów, które przekazano w załączeniu. Przedsiębiorca ponownie stwierdził też, że przekazywane przez niego informacje nie mogą wprowadzać konsumentów w błąd z tego względu, że obiekt w Wiśle spełnia wszystkie standardy wyznaczane czterogwiazdkowym hotelom. Konsumenci otrzymują zatem usługi na odpowiednim poziomie. Przedsiębiorca podniósł, że wniosków w tym zakresie nie można formułować bez dogłębnego sprawdzenia, czy wniosek z 2005r. nie spełniał wymogów. W piśmie z 16. 07. 2007r. (dowód: karty nr 68 – 72) strona poinformowała, że po złożeniu przedmiotowego wniosku Śląski UW wezwał go do uzupełnienia go o pozytywną opinię terenowej jednostki Państwowej Straży Pożarnej oraz usunięcia usterek opisanych w decyzji Państwowego Inspektora Nadzoru Budowlanego. Dokumenty te przesłano. W 2006r. Śląski UM, do którego kompetencji włączono sprawy o kategoryzację hoteli, skierował do przedsiębiorcy kolejne wezwanie, lecz dokumenty o które wystąpiono już znajdowały się w posiadaniu UM. Następnie UM wystąpił do Wojewódzkiej Komendy Państwowej Straży Pożarnej w Katowicach o opinię w zakresie bezpieczeństwa pożarowego w obiekcie, choć należało zwrócić się do właściwej w tej sprawie terytorialnie komendy straży pożarnej. Jednostka z Katowic poinformowała przedsiębiorcę, że nie wnosi zastrzeżeń do zastosowanego systemu wentylacji pożarowej pod warunkiem w wprowadzenia drobnych zmian. UM zawiadomił stronę o nie spełnianiu wymogów bezpieczeństwa przeciwpożarowego i o konieczności dokonania zmian w budynku, które to następnie wprowadzono. W piśmie UM z dnia 16. 07. 2007r. (znak PR-0724/94/10/07) poinformowano, że braki we wniosku dotyczyły bezwarunkowego zezwolenia na użytkowanie i pozytywnej opinii Państwowej Straży Pożarnej (dowód: karta nr 102). Ostatecznie dokumenty takie zostały dostarczone. Jak przekazał przedsiębiorca, po kilku interwencjach w UM dnia 09. 07. 2007r. powołany zespół dokonał oceny obiektu zlokalizowanego w Wiśle w zakresie objętym wymienionym wcześniej wnioskiem, w ramach której nie stwierdził żadnych uchybień. W konsekwencji tego obiekt w Wiśle został Decyzją Nr 1867 PR/07 Marszałka Województwa Śląskiego z dnia 18 lipca 2007r. zaszeregowany do rodzaju hotel, któremu nadano kategorię **** (dowód: karta nr 128).

Pismem z dnia 29. 08. 2007r. (karta nr 131) stronę zawiadomiono o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy, z którego to uprawnienia strona skorzystała dnia 10. 09. 2007r. (dowód: karta nr 133). W piśmie z dnia 14. 09. 2007r. (dowód: karty nr 134 – 136) strona uzupełniła złożone przez nią wyjaśnienia, a w załączeniu do niego przesłała dodatkowe dokumenty dotyczące przysługującego jej prawa ochronnego do ww. znaku towarowego (dowód: karty nr 137 – 142). W tych okolicznościach możliwe stało się wydanie decyzji kończącej niniejsze postępowanie.

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

Tadeusz G. prowadzi działalność na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Burmistrza Miasta i Gminy Radzymin pod numerem (...) (karta nr 8). Z zaświadczenia o wpisie do przedmiotowej ewidencji wynika, że przedsiębiorca prowadzi działalność polegającą m. in. na prowadzeniu hoteli pod nazwą Hotel G. Tadeusz G. świadczy usługi hotelarskie w Mikołajkach, Białymstoku oraz w Wiśle. Usługi te są świadczone na rzecz indywidualnych klientów – konsumentów, jak i na rzecz przedsiębiorców. Obiekt w Wiśle został uruchomiony w maju 2003r. (dowód: karta nr 53). Dla obiektu tego, jak i hoteli w Mikołajkach oraz w Białymstoku prowadzona jest strona internetowa o adresie www.(...).pl, na której obiekt nazywa się hotelem (dowód: karta nr 20). Na niniejszej stronie zamieszczono opis lokalizacji hotelu (dowód: karta nr 20). W części zawierającej adres i mapkę oznacza się, że przy (...) w Wiśle znajduje się Hotel G. (dowód: karta nr 20 verte). Na wskazanej stronie zamieszczono także zdjęcia obiektu w Wiśle, na których widnieje napis „Hotel G." nad wejściem do budynku (dowód: karta nr 23). Za pośrednictwem przedmiotowej witryny internetowej istnieje możliwość dokonania rezerwacji pokoju, a formularz nosi nazwę „Hotel G. – rezerwacje" (dowód: karta nr 23). Zdjęcia obiektu, którego dotyczy niniejsze postępowanie znajdują się także w rozpowszechnianym przez przedsiębiorcę folderze reklamowym. Na jego pierwszej stronie zamieszczono nagłówek o treści „Hotel G.", a poniżej zdjęcie obiektu z widniejącym na dachu oznaczeniem tej samej treści (dowód: karta nr 16). Wewnątrz folderu wielokrotnie posłużono się słowem hotel w odniesieniu do obiektu w Wiśle informując, że „(...) Hotel G. usytuowany jest na zboczu (...)", „(...) W restauracjach Hotelu G. organizujemy bale (...)", (dowód: karty nr 16 verte, 17).
W hotelu obowiązują następujące regulaminy:
- Regulamin Hotelu G. w Wiśle (dowód: karta nr 59),
- Regulamin parkingu Hotelu G. w Wiśle (dowód: karta nr 60),
- Regulamin „Tropikalny" (dowód: karta nr 61).

W § 1 pierwszego z ww. dokumentów zapisano, że pokoje hotelowe są wynajmowane na doby. W § 2 sformułowano obowiązki hotelu, a w § 3 zakres odpowiedzialności hotelu za utratę lub uszkodzenie rzeczy. Słowem hotel, pokój hotelowy lub gość hotelowy posłużono się także w § 4 – 7 niniejszego regulaminu (dowód: kart nr 59). Podobnie w przypadku Regulaminu parkingu stosuje się słowo hotel na oznaczenie obiektu w Wiśle (np. w pkt II 4, 5, 6). W pkt. III 1 niniejszego regulaminu wskazano, że „*Skargi i wnioski związane z funkcjonowaniem parkingu należy zgłaszać w Recepcji Hotelu*" (dowód: kart nr 60). W Regulaminie „Tropikany", a więc basenu, z którego mogą korzystać zarówno goście hotelowi, jak i osoby z zewnątrz, w pkt. 15 zawarto postanowienie mówiące o tym, że przedmioty wartościowe powinny zostać złożone w depozycie recepcji głównej hotelu. Słowo hotel pojawia się także w pkt. 9 i 10 (dowód: karta nr 61).
Stronie przysługują uprawnienia na znak towarowy „Hotel G." zgodnie ze świadectwem ochronnym nr 158101 wydanym przez Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej (karta nr 15). Świadectwo to zostało wydane na rzecz „Hotelu G. Tadeusza G., Mikołajki, Polska". Przedsiębiorca podniósł, że decyzja ustalająca prawo ochronne na znak towarowy trwające od 14. 02. 2001r. ma kolosalne znaczenie w zakresie używania nazwy zastrzeżonej przez Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej (dowód: karta nr 134). Wskazał on, że to, iż decyzja niniejszego Urzędu z 20. 12. 2004r. jest wystawiona na jednostkę w Mikołajkach, wynika wyłącznie z tego, że wnioskodawcą był Hotel G. Tadeusz G. Mikołajki (dowód: karta nr 135). Następnie przedsiębiorca przyznał, że obiekt w Wiśle eksponował znak towarowy Hotel G. HG poprzez umieszczenie go na frontonie budynku oraz w materiałach reklamowych (dowód: karta nr 135). Strona oświadczyła jednak, że powyższe zachowanie nie może być oceniane

jako bezprawne, gdyż posługiwała się ona nazwą zastrzeżona na jej rzecz na podstawie obowiązujących przepisów prawa, co działo się w czasie, gdy starała się o kategoryzację zgodną z ustawą o usługach turystycznych.
Przedsiębiorca zawiera z innymi podmiotami umowy o współpracy w zakresie obejmującym prezentację oferty przedsiębiorcy w internecie w serwisach, za pośrednictwem których istnieje możliwość rezerwacji pokoi hotelowych (dowód: karty nr 38 – 51). W wyniku tego oferta dotycząca obiektu w Wiśle jest zamieszcza również na stronach internetowych innych przedsiębiorców. W przypadku strony o adresie http://(...).pl w wersji z dnia 21. 05. 2007r., zapis której znajduje się w aktach sprawy (dowód: karta nr 24 verte) wskazano, że obiekt w Wiśle nosi nazwę „Hotel G." i opatrzono go kategorią ****.
W piśmie z dnia 26. 06. 2007r. przedsiębiorca podniósł, że podawane przez inne podmioty informacje o tym, że obiekt w Wiśle jest czterogwiazdkowym hotelem są podawane bez jego zgody i wiedzy (dowód: karta nr 54). Podobnie w oświadczeniu z dnia 30. 05. 2007r. złożonym przez Dyrektora Hotelu w Wiśle (dowód: karta nr 37) stwierdził on, że rezerwacji pokoi można dokonywać za pośrednictwem dwóch serwisów internetowych kontrahentów, z którymi zawarto umowy, lecz zamieszczanych tak informacji nikt nie autoryzował, a w związku z tym kontrahenci ci podawali informacje o obiekcie według własnego uznania mając na uwadze sprzedaż jak największej ilości miejsc.
W odniesieniu do obiektu umiejscowionego w Wiśle, w związku z wnioskiem wniesionym dnia 21. 08. 2003r. (dowód: karta nr 28 verte), dnia 07. 11. 2003r. została wydana Decyzja Wojewody Śląskiego (RP.KT.VI/KW/4032/0813/9/03, karta nr 13), na mocy której zakazano przedsiębiorcy świadczenia w nim usług hotelarskich, a decyzji tej nadano rygor natychmiastowej wykonalności. Z uzasadnienia wynika, iż powodem podjęcia rozstrzygnięcia tej treści było niespełnienie przez przedsiębiorcę wymogów ustawowych w zakresie dostarczenia niezbędnych dokumentów, których przedstawienie warunkuje możliwość nadania danemu obiektowi nazwy rodzajowej „hotel" oraz przyznania mu odpowiedniej kategorii. Od decyzji tej przedsiębiorca wniósł odwołanie, jednakże została ona utrzymana w mocy decyzją Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 30. 12. 2003r. (znak DT-II/hmj/020/597/2003, dowód: karty nr 28 – 30). Pomimo tego, przedsiębiorca kontynuował prowadzoną od maja 2003r. działalność hotelarską w obiekcie, którego dotyczyło postępowanie. Następnie przedsiębiorca złożył wniosek z 23. 05. 2005r. (karta nr 14) o zaszeregowanie obiektu w Wiśle do rodzaju hotel oraz o nadanie mu kategorii ****. Postępowanie w tym zakresie zakończono Decyzją Nr 1867 PR/07 Marszałka Województwa Śląskiego z dnia 18 lipca 2007r. (dowód: karta nr 128), w której zaszeregowano badany obiekt do wnioskowanego rodzaju i kategorii.
W tym miejscu należy też wskazać, że sprawy z zakresu kategoryzacji obiektów hotelarskich do 31. 12. 2005r. należały do kompetencji wojewody, a na mocy art. 16 ustawy z dnia 29 lipca 2005r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze zmianami w podziale zadań i kompetencji administracji terenowej (Dz. U. Nr 175, poz. 1462 ze zm.) zostały włączone do kompetencji marszałka województwa. Z tego względu powyżej wskazano, że wniosek pierwotnie wpłynął do wojewody, natomiast decyzja została wydana przez marszałka województwa.
W toku niniejszego postępowania przedsiębiorca przekazał informację na temat osiągniętego przez niego w 2006r. przychodu z prowadzonej działalności gospodarczej (dowód: karty nr 114 – 122).

Prezes Urzędu zważył, co następuje.

I.

Jak wynika z art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ustawa ta określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Działania oparte na przepisach ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów są zatem podejmowane w interesie publicznym, w celu ochrony interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek do uznania kompetencji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy oceniane działania godzą w interesy ogólnospołeczne i dotykają szerokiego kręgu uczestników rynku i poprzez to powodują zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu. Uwzględniając charakter praktyk opisanych w niniejszej decyzji należało stwierdzić, że w rozważanej sprawie ww. przesłanka sformułowana w art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona. Badane praktyki nie dotyczą bowiem jednostkowej sytuacji, ani też nie są związane ze stosunkami prawnymi pomiędzy ograniczonym, zamkniętym kręgiem podmiotów, lecz dotyczą przedsiębiorcy, wszystkich jego byłych, aktualnych, jak i potencjalnych klientów. Niniejsze postępowanie zostało wszczęte w związku z podejrzeniem podejmowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, co może stanowić naruszenie art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie z art. 24 ust. 1 tej ustawy stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów jest zakazane. W art. 24 ust. 2 ww. ustawy wskazano, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w tym w szczególności naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, a także nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów.

Aby doszło do naruszenia art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów muszą zostać spełnione następujące przesłanki:

- zachowanie przedsiębiorcy musi być bezprawne,
- zachowanie to musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów.

Pierwsza z ww. przesłanek zostaje spełniona, gdy przedsiębiorca podejmuje działania sprzeczne z prawem tj. zakazane ustawą lub, gdy nie dopełnia ciążącego na nim obowiązku. Przykład takiego zachowania może stanowić posługiwanie się w obrocie gospodarczym prawnie chronioną nazwą bez posiadania uprawnień do tego, naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, albo stosowanie niezgodnej z prawem reklamy. Druga z przesłanek jest spełniona, gdy dane działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów, jako zbiorowości. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w odniesieniu do konsumentów chroni bowiem interesy nieograniczonej liczby podmiotów, których nie da się zidentyfikować, interesy konsumentów, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym.

Na podstawie art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w przypadku, gdy przedsiębiorca zaniechał stosowania kwestionowanej bezprawnej praktyki stwierdza się, że dana praktyka naruszała zbiorowe interesy konsumentów oraz że doszło do zaniechania jej stosowania. Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, stwierdzając, że doszło do naruszenia art. 24 tej ustawy, Prezes Urzędu może skorzystać z uprawnienia do nałożenia kary pieniężnej w wysokości nie przekraczającej 10 % przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary.

1. Pierwszy z postawionych przedsiębiorcy w ramach niniejszego postępowania zarzutów dotyczy stosowania chronionej prawem nazwy rodzajowej hotel oraz oznaczenia kategorii **** w odniesieniu do obiektu zlokalizowanego w Wiśle, pomimo braku stosownej decyzji administracyjnej uprawniającej do posługiwania się ww. oznaczeniami.
Art. 43 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych stanowi, że nazwy rodzajów, do których zalicza się nazwę hotel, oraz oznaczenia kategorii obiektów hotelarskich, a więc między innymi ****, podlegają ochronie prawnej i mogą być stosowane wyłącznie w odniesieniu do obiektów hotelarskich w rozumieniu tejże ustawy. Rodzaje obiektów hotelarskich wymieniono w art. 36 ustawy o usługach turystycznych, a kategorie wyznaczono w art. 37 tej ustawy. Zważyć trzeba, że zgodnie z art. 38 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych zaszeregowania poszczególnych obiektów do ww. rodzajów i kategorii dokonuje marszałek województwa właściwy ze względu na miejsce położenia obiektu. Stosownie do art. 39 ust. 1 przywołanej ustawy przedsiębiorca jest zobowiązany uzyskać zaszeregowanie obiektu do rodzaju i kategorii przed rozpoczęciem świadczenia w nim usług, a zgodnie z art. 39 a ustawy o usługach turystycznych istnieje również możliwość uzyskania promesy dotyczącej zaszeregowania określonego obiektu do rodzaju i kategorii wymienionych w tej ustawie.
Na mocy art. 10 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji za czyn nieuczciwej konkurencji uznaje się takie oznaczanie towarów lub usług, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów albo usług, a także zatajenie ryzyka, jakie wiąże się z korzystaniem z nich.
Przedsiębiorców wiąże również wynikający z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, za które na mocy art. 24 ust. 2 uważa się bezprawne działania godzące w zbiorowe interesy konsumentów. Do praktyk tego rodzaju zalicza się na mocy art. 24 ust. 2 pkt 2 ww. ustawy praktyki polegające na naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, a także na mocy ust. 3 przywołanego przepisu stosowanie czynów nieuczciwej konkurencji.

W związku z tym, że dnia 18. 07. 2007r. została wydana decyzja marszałka, w której dokonano zaszeregowania obiektu w Wiśle do rodzaju hotel i kategorii ****, co jest istotną okolicznością mającą wpływ na ocenę prawną badanego zachowania przedsiębiorcy, o czym szczegółowo poniżej, rozważania zawarte na stronach 8 - 14 niniejszej decyzji odnoszą się do stanu sprzed ww. daty.

Jak wynika z poczynionych w ramach niniejszego postępowania ustaleń przedsiębiorca posługiwał się w odniesieniu do prowadzonego przez niego obiektu w Wiśle oznaczeniem hotel. Na taką ocenę składają się poniżej wymienione okoliczności. Na dachu budynku zamieszczono napis o treści „Hotel G.” (dowód: karta nr 16). Tożsamy z nim napis znajduje się także nad wejściem do obiektu (dowód: karta nr 23), jak i wewnątrz (dowód: karta nr 18). Nazwa hotel wielokrotnie pojawia się w obowiązujących przebywających w obiekcie gości regulaminach, tj. w Regulaminie Hotelu G. w Wiśle (dowód: karta nr 59), Regulaminie parkingu Hotelu G. w Wiśle (dowód: karta nr 60) oraz w Regulaminie „Tropikalny” (dowód: karta nr 61). Przedsiębiorca umożliwia zapoznanie się z jego ofertą za pośrednictwem strony internetowej, gdzie istnieje również możliwość rezerwacji pokoju. Na stronie tej wielokrotnie wskazuje się, że obiekt w Wiśle jest hotelem, co ma miejsce przy opisywaniu lokalizacji kompleksu, jego walorów, rodzajów świadczonych usług (dowód: karty nr 20, 23). Ponadto rozprowadzany jest folder reklamowy (dowód: karty nr 16 – 18), w którym wskazuje się, że „(...)*Hotel G. jest usytuowany na zboczu Bukowej (...)*”, „(...) *Z okien Hotelu roztacza się*

niepowtarzalny widok (...)", „(...) Przy Hotelu znajduje się wielopoziomowy parking (...)", „(...) W restauracjach Hotelu G. (...)".
Na podstawie umów z innymi przedsiębiorcami informacje na temat badanego obiektu są zamieszczane w internetowych serwisach rezerwacyjnych, gdzie podaje się nazwę „Hotel G." możliwy do wyszukania wśród obiektów kwalifikowanych jako hotele i oznacza się go ****.
Jak przedsiębiorca wskazał w piśmie z dnia 02. 05. 2007r. (karta nr 7) uprawnienie do posługiwania się przez niego nazwą „Hotel G." wynika z tego, że pod taką właśnie nazwą został wpisany do ewidencji działalności gospodarczej. Odnosząc się do niniejszego twierdzenia należy stwierdzić, że wpisanie określonej nazwy do ewidencji działalności gospodarczej nie uprawnia do posługiwania się nią wbrew wymogom wynikającym z innych ustaw, w rozważanym przypadku z ustawy o usługach turystycznych. Zastrzeżenie na rzecz danego przedsiębiorcy określonej przez niego nazwy, pod jaką prowadzi lub będzie prowadzić działalność gospodarczą, nie powoduje automatycznie powstania po jego stronie uprawnienia do wykorzystywania w obrocie nazwy prawnie chronionej. W przeciwnym razie, gdyby wpisanie do ewidencji określonej firmy skutkowało powstaniem bezwarunkowego uprawnienia do posługiwania się nią, można przyjąć, że każdy mógłby wybrać dowolne oznaczenie uzupełniające, pod jakim prowadzi działalność. W wyniku tego stawałby się uprawniony do posługiwania się oznaczeniami pensjonat, bank, radca prawny, lekarz medycyny, profesor itp., choć faktycznie uprawnienie takie danej osobie nie przysługuje. Wpisanie nazwy Hotel G. do ewidencji działalności gospodarczej nie sprzeciwia się uznaniu stosowania tej nazwy za bezprawne i niezgodne z przepisem art. 43 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych. Zastrzeżenie jej jako firmy przedsiębiorcy oznacza jedynie to, że inny przedsiębiorca nie może stosować takiej samej nazwy, a strona niniejszego postępowania może jej używać wyłącznie zgodnie z przepisami prawa. W świetle powyższego w rozważanym kontekście argument, że nazwa Hotel G. została wpisana do ewidencji działalności gospodarczej, nie zasługuje na uwzględnienie.

Przedsiębiorca podniósł, że nazwa Hotel G. jest zastrzeżonym na jego rzecz znakiem towarowym. Zważyć należy, że w przedłożonym przez stronę dokumencie stwierdzono, iż świadectwo ochronne na znak towarowy „Hotel G." wraz z oznaczeniem „HG" zostało udzielone na rzecz: „HOTEL G. Tadeusz G., Mikołajki, Polska". Nie można więc na podstawie tego twierdzić, że z powyższego wypływa uprawnienie przedsiębiorcy do oznaczania obiektu w Wiśle ww. znakiem towarowym. W prawdzie przedsiębiorca podniósł, że okoliczność, iż świadectwo ochronne wystawiono na Hotel G. Tadeusza G. w Mikołajkach wynika wyłącznie z tego, że właśnie ta jednostka wniosła o wydanie stosownej decyzji, to fakt ten nie jest obojętny w kontekście rozważanych kwestii. Oczywiście zgodnie z przepisami prawa własności przemysłowej świadectwo to nie wyklucza prawa do korzystania przedsiębiorcy z niniejszego oznaczenia w odniesieniu do obiektu w Wiśle. Odrębnym zagadnieniem od posiadania prawa do oznaczania danego towaru, usługi konkretną nazwą jest bowiem ochrona tej nazwy, znaku towarowego przedsiębiorcy przed korzystaniem z nich przez inne podmioty. W rozważanym zakresie należy jednak odwołać się do przepisów ustawy o usługach turystycznych. Nazwą rodzajową hotel mogą posługiwać się tylko ci przedsiębiorcy, których obiekty zostały zaszeregowane do konkretnej kategorii na mocy stosownej decyzji administracyjnej i to w odniesieniu do tych konkretnych obiektów. Identycznie kształtuje się sytuacja w przypadku oznaczeń dotyczących zaszeregowania do poszczególnych kategorii obiektów hotelarskich. Prawna ochrona ww. nazw wynika z tego, że aby dany obiekt został zaszeregowany do kategorii hotel, musi on spełniać określone standardy bezpieczeństwa, wymogi ochrony przeciwpożarowej oraz zapewniać klientom określony zakres usług. Przyznanie nazwy hotel stanowi niejako potwierdzenie, że obiekt ten został skontrolowany i odpowiada wszystkim prawnie określonym standardom. Nawet

zastrzeżenie określonego znaku towarowego nie uprawnia więc do stosowania zastrzeżonej nazwy, gdy przedsiębiorca, na którego rzecz udzielono ochrony w trybie przewidzianym w ustawie Prawo własności przemysłowej, nie spełnił wymogów wynikających z ustawy o usługach turystycznych w zakresie uzyskania stosownej decyzji. Ocena tego, czy dany obiekt może zostać zaszeregowany do rodzaju i kategorii, o jakie wnioskuje przedsiębiorca oraz ocena przedłożonych dokumentów wymaganych przy ubieganiu się o to, należy do właściwego miejscowo marszałka województwa. Zastrzeżenie znaku towarowego na rzecz określonego przedsiębiorcy powoduje, że nikt inny nie może stosować tożsamego znaku. Podobnie jak w przypadku wpisu do ewidencji działalności gospodarczej zastrzeżenie znaku nie powoduje po stronie przedsiębiorcy powstania uprawnienia do posługiwania się oznaczeniem np. bank, gdy z mocy przepisów ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. Prawo bankowe (t. j. Dz. U. z 2002r. Nr 72, poz. 665 ze zm), nie jest on uprawniony do stosowania tej prawnie chronionej nazwy. Mając na względzie przywołane okoliczności także i ten argument przedsiębiorcy należy odrzucić jako niezasadny.
Z powyższego wynika, że strona niniejszego postępowania nie była uprawniona do posługiwania się nazwą hotel. Działalność w opisanym zakresie została zapoczątkowana w maju 2003r. Dnia 7 listopada 2003r. właściwy miejscowo wojewoda zakazał w wydanej przez niego decyzji prowadzenia działalności hotelarskiej w obiekcie w Wiśle. Mając zakaz świadczenia w tym miejscu usług przedsiębiorca tym bardziej nie mógł stosować nazwy hotel. Nie tylko nie miał on stosownej zgody w tym zakresie, lecz dodatkowo wydano mu zakaz. Prowadząc działalność z naruszeniem przedmiotowego zakazu, bez zaszeregowania obiektu w trybie przewidzianym w ustawie o usługach turystycznych, przedsiębiorca naruszał przepisy tej ustawy w ww. zakresie. W piśmie z dnia 26. 06. 2007r. strona podniosła, że dla podjęcia rozstrzygnięcia w niniejszej sprawie konieczne jest zbadanie, czy organ rejestrujący, czyli najpierw wojewoda, a następnie marszałek województwa zgodnie z prawem żądali uzupełnienia złożonych przez nią wniosków o zaszeregowanie, czy złożony wniosek spełniał wynikające z przepisów wymogi (dowód: karta nr 156). Prezes Urzędu nie jest uprawniony do kontroli działania wojewody, ani marszałka w zakresie przysługujących im kompetencji wchodzących w zakres władztwa administracyjnego. Prezes Urzędu nie jest bowiem w stosunku do ww. organów administracyjnych organem wyższego szczebla, odwoławczym, ani nadzorczym. Wszelkie ewentualne nieprawidłowości zaistniałe w ramach prowadzonego przez ww. organy postępowań może rozstrzygać wyłącznie organ, który został do tego upoważniony. Do ustawowych kompetencji Prezesa Urzędu nie należy ocena, czy żądanie w ramach procedury administracyjnej przez wojewodę, a następnie marszałka województwa, określonych dokumentów było zasadne i znajdowało oparcie w obowiązujących przepisach prawa. Stąd kwestia ta nie jest przedmiotem oceny wyrażonej w niniejszej decyzji. Zważyć jednak należy, że okoliczność ta nie ma zasadniczego wpływu na dokonywaną przez Prezesa Urzędu ocenę. Bezsprzeczne jest, że strona podjęła działalność bez uprzedniej zgody. Pomimo wydania zakazu prowadzenia działalności w rozważanym zakresie, przedsiębiorca kontynuował świadczenie usług na dotychczasowych zasadach. Zauważyć trzeba, że przedsiębiorca dwukrotnie składał wniosek o zaszeregowanie obiektu w Wiśle, a długość postępowania w tym zakresie nie zależy wyłącznie od niego, lecz zasadniczo od organu wydającego decyzję.
W świetle przedstawionych okoliczności należy stwierdzić, że bezsporny jest fakt, iż przedsiębiorca działał bez wcześniejszego uzyskania stosownej decyzji. Nie można też przyznać słuszności twierdzeniu, że pojawiająca się w niektórych miejscach nazwa, to tylko oznaczenie przedsiębiorcy z ewidencji działalności gospodarczej lub znak towarowy, którym mógł bezwarunkowo posługiwać się w odniesieniu do obiektu w Wiśle. Jak wykazano powyżej nie można stosować ww. zarejestrowanych nazw, jeśli byłoby to niezgodne z przepisami ustawy o usługach turystycznych. Jednocześnie nie jest prawdziwe twierdzenie, że

we wszystkich przypadkach były to tylko takie oznaczenia. W przywołanych powyżej regulaminach nie posługiwano się bowiem wyłącznie nazwą własną „Hotel G.", lecz stosowano słowa hotel, hotelowy itp, z czego wynika, że obiekt był po prostu nazywany hotelem. Ponadto wskazanie nazwy „Hotel G." nasuwa skojarzenie, że dany obiekt musi być hotelem. W powszechnym odbiorze obiekt w Wiśle funkcjonował więc jako hotel, pomimo, iż faktycznie było to wrażenie mylne. Wobec tego zachowanie przedsiębiorcy należało uznać za niezgodne z art. 43 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych.
Na przedsiębiorcach ciąży obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji związanej z prowadzoną przez nich działalnością gospodarczą. Oznacza to, że przedsiębiorcy muszą przekazywać konsumentom określony zakres informacji, a po drugie, że rozpowszechniane przez nich dane muszą być odpowiednie, tj. rzetelne, prawdziwe i pełne. W niniejszym przypadku przedsiębiorca podawał mylną informację o prowadzonym przez nim obiekcie. Ze stosowanych oznaczeń budynku, obowiązujących regulaminów, badanych stron internetowych i folderu wynika, że przedsiębiorca podawał nieprawdziwą informację o charakterze obiektu wskazując, że jest to hotel. W obrocie funkcjonowało również oznaczenie obiektu w Wiśle, jako hotelu zaszeregowanego do kategorii ****. Oznaczenie to pojawiało się na stronach internetowych przedsiębiorców, z którymi strona była związana umowami, na podstawie których oferta Hotelu G. była zamieszczana w odpowiednich serwisach. W toku postępowania przedsiębiorca podniósł, że dane te nie były przez niego weryfikowane, ani autoryzowane, nie miał on wpływu na ich treść, którą jego kontrahenci ustalali dowolnie, wobec czego okoliczność ta nie obciąża go. Do twierdzenia tego nie można się przychylić. Skoro przedsiębiorców wiązała umowa o współpracy, to strona wiedziała, że informacje na jej temat, jak i prowadzonej przez nią działalności są zamieszczane w określonym serwisie. Bardzo prawdopodobne jest, że gdyby w serwisach tych zamieszczono informacje, które również byłyby nieprawdziwe, lecz stawiałyby obiekt w Wiśle w niekorzystnym świetle, przedsiębiorca interweniowałby domagając się ich zmiany. Zachowując milczenie, nie przejawiając w tym zakresie żadnej aktywności, godził się na rozpowszechnianie nieprawdziwych danych. W tym miejscu można odwołać się do wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 12 lipca 2007r. (sygn. akt XVII AmA 64/06), w uzasadnieniu do którego sąd wskazał, że w analogicznych okolicznościach to na skarżonym podmiocie ciążył obowiązek zgłoszenia zastrzeżeń, co do zakresu przekazywanych informacji. Wobec tego należało stwierdzić, że w rozważanym przypadku do rozpowszechniania informacji na temat obiektu w Wiśle doszło z naruszeniem art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a podmiotem odpowiedzialnym w tym zakresie jest strona niniejszego postępowania.
Kolejny z przepisów, którego naruszenie należy w tym miejscu rozważyć, to przepis art. 10 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Z przywołanego zapisu wynika, że oznaczenie towaru lub usługi nie może wprowadzać konsumentów w błąd, co do istotnych właściwości danego towaru lub usługi. W niniejszym przypadku w obrocie funkcjonowało oznaczenie obiektu w Wiśle jako hotelu zaszeregowanego do kategorii ****, pomimo, iż obiekt ten faktycznie nie został zaszeregowany do właściwego rodzaju, ani kategorii. W badanej sprawie nie jest zasadne twierdzenie przedsiębiorcy, że stosowana przez niego praktyka nie wprowadzała klientów w błąd, gdyż prowadzony przez niego obiekt faktycznie spełniał wymogi stawiane 4-gwiazdkowym hotelom, wobec czego konsumenci otrzymywali usługi na odpowiednim poziomie. Już samo bezprawne zastosowanie ww. oznaczeń wprowadzało konsumentów w błąd, gdyż obiekt, w którym się zatrzymywali nie był hotelem. Gdyby też wszelkie stawiane takim obiektom wymogi były spełnione, nie doszłoby do wydania ww. zakazu prowadzenia działalności. Przedsiębiorca wskazał też sam, że po otrzymaniu decyzji poczynił pewne modyfikacje w prowadzonym obiekcie, czym faktycznie przyznał, że istniały pewne niezgodności. Przedsiębiorca oznaczał zatem świadczone przez niego usługi w sposób,

który wprowadzał klientów w błąd, co do istotnych cech świadczonych usług i ich jakości. Odwołując się do znaku towarowego „Hotel G.” sugerował, że usługi świadczone w Wiśle są tożsame z usługami dostępnymi w innych obiektach, że także i ten budynek spełnia analogiczne standardy. Za udowodnione należy zatem uznać naruszenie w rozważanej sprawie art. 10 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Działanie takie narusza jednocześnie art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Kolejną z przesłanek, jakie muszą zostać spełnione, aby dany czyn mógł zostać uznany za praktykę niezgodną z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest naruszenie w wyniku podjętych przez przedsiębiorcę działań zbiorowych interesów konsumentów. Prezes Urzędu działa w interesie publicznym, a celem tego jest ochrona interesów całej zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych osób. Zachowanie przedsiębiorcy godziło w interesy konsumentów w ten sposób, że pozbawiono ich rzetelnej informacji na temat charakteru obiektu, w którym korzystali z usług hotelarskich. Brak właściwej informacji mógł mieć wpływ na wybór miejsca zakwaterowania oraz korzystanie z innych usług. Hotel, a zwłaszcza zaszeregowany do kategorii ****, powszechnie jest kojarzony z zachowaniem wszelkich względów bezpieczeństwa, usługami na określonym, wysokim poziomie. W rozważanym przypadku wprowadzające w błąd oznaczenia stosowano także przed dokonaniem zaleconych przez odpowiednie służby modyfikacji w zakresie systemu ochrony przeciwpożarowej, wobec czego należało stwierdzić, że interesy konsumentów zostały nie tylko zagrożone, ale faktycznie doszło do ich naruszenia. Okoliczność ewentualnego spełnienia poszczególnych wymogów nie została zweryfikowana w trybie przewidzianym prawem. Z uwagi na charakter prowadzonej przez przedsiębiorcę działalności, z którego usług korzysta szeroka rzesza konsumentów, a potencjalnie każdy może stać się jego klientem, w rozważanym przypadku stwierdzono, że opisana praktyka godziła w zbiorowe interesy konsumentów. Utrzymywany przez przedsiębiorcę obiekt jest duży, posiada ponad 550 pokoi, mieszczą się w nim restauracje, dyskoteka, sale konferencyjne, park wodny, a także siłownia, kręgielnia, gabinet kosmetyczny i fryzjerski oraz pasaż handlowy. Z usług świadczonych w niniejszym obiekcie korzystają nie tylko osoby, które wynajmują w nim pokój, ale też osoby odwiedzające, okazjonalnie korzystające z usług innych niż noclegowe. Mając na uwadze charakter oraz zakres usług świadczonych przez przedsiębiorcę należy stwierdzić, że w niniejszej sprawie doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, wobec czego został naruszony art. 24 ust. 1 i 2 pkt 2 i 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
Dnia 18. 07. 2007r., po przeprowadzeniu wszczętego na wniosek przedsiębiorcy postępowania administracyjnego, została wydana przez Marszałka Województwa Śląskiego Decyzja Nr 1867 PR/07 (dowód: karta nr 128), na mocy której obiekt w Wiśle został zaszeregowany do rodzaju hotel i nadano mu kategorię ****. Zważyć trzeba, że wydanie przedmiotowej decyzji poprzedziła wizytacja w hotelu, w trakcie której stwierdzono, że wszelkie wymogi warunkujące pozytywne rozpatrzenie wniosku, zostały spełnione. W związku z tym od tej daty przedsiębiorca jest uprawniony do posługiwania się ww. oznaczeniami. W skutek opisanych działań dnia 18. 07. 2007r. doszło do zaniechania stosowania praktyki objętej punktem numer I 1 niniejszej decyzji Prezesa Urzędu. Stąd należało orzec, jak w sentencji.

2. Drugi z zarzutów postawionych przedsiębiorcy w toku niniejszego postępowania dotyczy stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na stosowaniu reklamy wprowadzającej klientów w błąd i mogącej przez to wpłynąć na decyzję co do nabycia towaru lub usługi, poprzez co mogło dojść do naruszenia art. 16 ust. 1 pkt 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, a także art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W uzasadnieniu do postanowienia nr 1 z dnia 22. 05. 2007r. o

wszczęciu niniejszego postępowania (dowód: karta nr 1) wskazano, że praktyka może przejawiać się w stosowaniu reklamy w formie folderu reklamowego i reklamy w internecie, w których obiekt w Wiśle oznacza się jako 4-gwiazkowy hotel.
W polskim prawie nie sformułowano ogólnej definicji reklamy. W związku z tym należy odwołać się do regulacji zawartej w dyrektywie 84/450/EWG z dnia 10 września 1984r. w sprawie ujednolicenia przepisów prawnych i administracyjnych Państw Członkowskich dotyczących reklamy wprowadzającej w błąd; OJ nr L 250 z 19.09.1984 s. 17), z której wynika, że reklamą jest świadome działanie przedsiębiorcy zmierzające do promowania towarów lub usług przez wskazanie na ich cechy w taki sposób, aby wywołać lub wzmocnić określone potrzeby o klientów (konsumentów)[1]. Reklamą jest każda wypowiedź, której celem jest promocja towarów lub usług. Reklama oznacza więc wszelkie działania przedsiębiorcy, których celem jest kształtowanie popytu poprzez poszerzanie wiedzy potencjalnych nabywców o określonych towarach, w celu zachęcenia ich do zakupu tych towarów. Takie rozumienie pojęcia „reklama" jest zgodne z orzecznictwem Naczelnego Sądu Administracyjnego, który wyraził swoje stanowisko w tej kwestii w wyroku z dnia 10 listopada 1998r. (I SA Ku 1030/98, wyrok niepublikowany)[2].
W rozważanej sprawie przedsiębiorca reklamuje świadczone przez niego usługi w obiekcie w Wiśle rozpowszechniając folder reklamowy (dowód: karty nr 16 – 18).
Informacje na temat usług są dostępne również w internecie na stronie przedsiębiorcy. Ten sposób podawania wiadomości o obiekcie i usługach nie powinien jednak być traktowany jako reklama, a jedynie jako neutralna informacja na temat działalności przedsiębiorcy. Analogicznie należy potraktować informacje zamieszczane w internetowych serwisach rezerwacyjnych, które umożliwiają zawieranie umów, a zatem są zwykłym narzędziem prowadzenia działalności gospodarczej. Bez wątpienia reklamę stanowi ww. folder, w którym informuje się o zakresie usług hotelu, jego lokalizacji i walorach. Jak wynika z poczynionych ustaleń w przedmiotowym folderze wielokrotnie posłużono się sformułowaniami opisującymi zalety Hotelu G. oraz Hotelu. W punkcie I 1 niniejszej decyzji stwierdzono, że powyższe zachowanie przedsiębiorcy świadczy o tym, że w bezprawny sposób posługiwał się on nazwą rodzajową hotel.
Każdy przedsiębiorca ma prawo do przedstawiania konsumentom uczciwej, pełnej i rzetelnej informacji o oferowanych usługach i stymulowania popytu na poszczególne usługi w ten sposób. Warunkiem zgodności prowadzenia działalności reklamowej z prawem jest jednak to, czy przedsiębiorca przekazuje aktualnym i potencjalnym klientom informacje prawdziwe, należycie odzwierciedlające cechy produktów, czy też takie, które są niezgodne ze stanem faktycznym. Konsumenci uczestniczący w rynku mają bowiem prawo do bezpieczeństwa ekonomicznego, a więc należy zapewnić im możliwość świadomego podjęcia podejmowania decyzji, co ma zapewnić między innymi rzetelna informacja przekazywana przez ich kontrahentów. Przedsiębiorcy są zobowiązani do należytej staranności przy wykonywaniu działalności gospodarczej. Powinni też wiedzieć, że stosowanie nieuczciwej i wprowadzającej w błąd reklamy stanowi naruszenie prawa. W przedmiotowej sprawie prezentowany w folderze reklamowym obiekt nie był hotelem, co oznacza, że konsumenci byli błędnie informowani o przedmiocie oferty. Decyzja o skorzystaniu z usług lub dążeniu do skorzystania z nich podejmowana była na podstawie błędnych informacji, których w żaden sposób przedsiębiorca nie prostował na dalszym etapie kontaktów, a wręcz utwierdzał konsumentów w ich prawdziwości.

[1] Ewa Nowińska, Michał du Vall: „Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji", Wydawnictwo Prawnicze Lexis Nexis, Warszawa 2001, Wydanie I, str. 142.
[2] Komentarz Ewy Nowińskiej, Michała du Vall do art. 16 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji - Lex Polonica

W celu ochrony konsumentów przed stosowaniem przez przedsiębiorców nieuczciwych, wprowadzających w błąd reklam, zostały stworzone szczególne instrumenty prawne, określone w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. W niniejszym przypadku zastosowanie znajdzie art. 16 ust. 1 pkt 2 ww. ustawy, który stanowi, że zakazana jest reklama wprowadzającą klienta w błąd i mogącą przez to wpłynąć na jego decyzję, co do nabycia towaru lub usługi. Przy ocenie reklamy należy uwzględnić wszystkie jej elementy, zwłaszcza dotyczące ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy lub konserwacji reklamowanych towarów lub usług, a także zachowania się klienta.
Zgodnie z wyrokiem Sądu Apelacyjnego w Gdańsku z dnia 6 listopada 1996 r. (sygn. akt I ACr 839/96) „*Nieuczciwą reklamą, a tym samym - reklamą sprzeczną z dobrymi obyczajami, jest reklama, która wykorzystując usprawiedliwioną okolicznościami łatwowierność odbiorcy oraz przeciętną nieumiejętność skomplikowanego kojarzenia i wnioskowania na podstawie tekstu eksponującego treści pożądane przez reklamującego, wywołuje u przeciętnego odbiorcy przeświadczenie o istnieniu faktów, które w rzeczywistości nie mają miejsca i przez to wywołuje odczucie zawodu, zlekceważenia czy wręcz oszukania*." Mając na uwadze powyższe za nieuczciwą reklamę należy uznać taką, która w obliczu niedoinformowania klienta, jego zaufania do rzetelności i uczciwości przedsiębiorcy, powoduje jego dezorientację, czy wręcz dezinformację.
Wprowadzenie w błąd oznacza, że wyobrażenia powstałe na skutek odbioru wypowiedzi reklamowych odbiegają od rzeczywistego stanu. Zauważyć przy tym należy, że przyczyną niezgodnego z rzeczywistością wyobrażenia mogą być zarówno nieprawdziwe wypowiedzi reklamowe jak i wypowiedzi obiektywnie prawdziwe, lecz prowadzące do nieprawidłowych wniosków.
Przy ocenie, czy konkretna reklama jest niezgodna z art. 16 ust. 1 pkt 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, nie jest konieczne takie jej oddziaływanie, że dojdzie w wyniku jej zastosowania, do zawarcia umowy. Wystarczy jedynie możliwość wystąpienia takiego skutku.
Dla rozważanej kwestii nie ma zatem znaczenia fakt, czy konsumenci otrzymywali pełen zakres usług, jakich mogliby domagać się także w 4-gwiazdkowym hotelu. Nie ma też znaczenia to, czy konsumenci na późniejszym etapie dowiadywali się, że obiekt w Wiśle faktycznie nie jest hotelem, czy też wiedzy takiej nie uzyskiwali nigdy.
Ocenie podlega bowiem wyłącznie etap, na którym konsumenci nie mając kontaktu z przedsiębiorcą, mają możliwość zapoznania się z rozpowszechnianą przez niego reklamą, tj. rozważa się, czy reklama może wywoływać u odbiorców niezgodne z rzeczywistym stanem rzeczy przeświadczenie i wyobrażenie o rzeczy lub usłudze oraz czy zachodzi możliwość takiego jej oddziaływania na klientów, że wpływa ona na decyzję o zakupie. Koncentrując się na opisie obiektu w Wiśle zawartym w folderze należy stwierdzić, że konsumenci otrzymywali informację, że obiekt ten jest hotelem. Analizowana reklama, zawierając fałszywe dane, wprowadzała w błąd. W związku z tym, że zawiera ona nieprawdziwe informacje, które sprawiają, że opisywany obiekt sprawia wrażenie bardziej atrakcyjnego nie tylko wprowadza ona w błąd, ale też może wpływać na decyzje klientów o nabyciu usług. Pozorna atrakcyjność oferty przedsiębiorcy mogła więc zaważyć na decyzji konsumentów, co do nabycia usługi. Konsumenci będąc w przekonaniu, że opisywany obiekt spełnia wymogi zastrzeżone dla hoteli, mogą podjąć decyzję o skorzystaniu z usług w nim świadczonych. Stosowanie reklamy tej treści powoduje jednocześnie utwierdzenie aktualnych gości w przekonaniu, że zatrzymali się oni w hotelu i zachęca do ponownego skorzystania z tożsamych usług w przyszłości. Odmiennej oceny prawnej rozważanej kwestii nie powoduje to, że w folderze nie zamieszczono informacji na temat kategorii hotelu.

Wobec tego, że wykazano, iż doszło do spełnienia pierwszej z przesłanek określonych w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, należy rozważyć, czy w niniejszym przypadku doszło do spełnienia przesłanki drugiej, tj. czy działanie przedsiębiorcy godziło w zbiorowe interesy konsumentów. W tym miejscu należy odwołać się do uzasadnienia w tym zakresie zamieszczonego w punkcie I 1 niniejszej decyzji. Działanie strony godziło w interesy konsumentów w sposób opisany powyżej, przy czym godziło ono w ich interesy zbiorowe, interesy całej zbiorowości, a nie tylko poszczególnych osób. Wobec tego należało orzec o naruszeniu art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
W związku z wydaniem przez Marszałka Województwa Śląskiego dnia 18. 07. 2007r. na wniosek przedsiębiorcy decyzji zaszeregowującej prowadzony przez niego obiekt do rodzaju hotel i kategorii ****, należało stwierdzić, że w tym terminie doszło do zaniechania stosowania praktyki opisanej w niniejszym punkcie decyzji. W prawdzie w tej dacie przedsiębiorca sam nie podjął żadnych działań mających wpływ na kwalifikację prawną rozważanych kwestii, to wydanie decyzji przez ww. organ administracji jest skutkiem złożenia przez niego wniosku, a sam organ nie mógłby podjąć działań z własnej inicjatywy, z urzędu. W tych okolicznościach sprawy należało orzec, jak w punkcie I 2 sentencji.

II.
Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może skorzystać z uprawnienia do nałożenia na przedsiębiorcę stosującego praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia celowo, czy też nieumyślnie. Stosownie do art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, w tym kar określonych w art. 106 tej ustawy, należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.
W pkt. I 1 –2 niniejszej decyzji stwierdzono stosowanie przez przedsiębiorcę dwóch praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów opisanych szczegółowo powyżej. Praktyki te polegają na stosowaniu wprowadzającej w błąd reklamy, stosowaniu wprowadzającego błąd oznaczenia usług, niedopełnianiu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, a także na bezprawnym posługiwaniu się chronionymi oznaczeniami hotelu i jego kategorii. Przywołane okoliczności uzasadniają nałożenie na przedsiębiorcę kary pieniężnej.
Przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2006r. ustalono na podstawie złożonego przez niego dokumentów zawierających informacje na ten temat (dowód: karty nr 114 - 122).
Przy ustalaniu wysokości kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę okoliczność, że przedsiębiorca dopuścił się naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów po raz pierwszy. Na wymiar kary wpłynęła też okoliczność, że przedsiębiorca dwukrotnie występował do odpowiednich organów o wydanie wymaganej prawem decyzji, a także dostosował się do kierowanych do niego zaleceń, w konsekwencji czego ostatecznie została wydana pozytywna opinia o obiekcie. Zaszeregowanie obiektu do odpowiedniego rodzaju i kategorii jest skutkiem działań podejmowanych przez przedsiębiorcę, który nie miał decydującego wpływu na termin, w jakim postępowanie przed Marszałkiem Województwa Śląskiego się zakończyło.
Z drugiej jednak strony przedsiębiorca podejmował wyżej opisane działania z naruszeniem prawa. Kara nakładana przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Przedsiębiorca, jako podmiot o wieloletnim doświadczeniu,

powinien wiedzieć, że stosując reklamę, udzielając konsumentom informacji o prowadzonej działalności nie może stosować praktyk godzących w interesy słabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. Decydując o nałożeniu kary i jej wysokości wzięto pod uwagę wszystkie ww. okoliczności, jak i możliwości finansowe przedsiębiorcy. Orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania, tak aby jej nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. Z drugiej strony należy też podkreślić wymiar edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka oraz wyrazić nadzieję, że odniesie on spodziewany skutek na przyszłość.
Poza wymiarem indywidualnym kary, należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstraszającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku. Funkcja edukacyjna jest w niniejszym przypadku szczególnie istotna, gdyż możliwość nakładania kar za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w tym trybie istnieje w polskim porządku prawnym od niedawna.
W świetle powyższych okoliczności wysokość kary ustalono na poziomie 1000 zł (słownie: tysiąca złotych). W ocenie Prezesa Urzędu kara wymierzona w tej wysokości jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Prezes Urzędu, kierując się potrzebą zdecydowanego przeciwdziałania stosowaniu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów uznał, że orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania. W tym przypadku kara powinna spełnić jednak przede wszystkim funkcję prewencyjną i wychowawczą, tak aby zapobiec w przyszłości naruszeniom przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Wobec powyższego orzeczono jak w punkcie II sentencji.

III.
Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.
Postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punktach I 1 – 2 sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu w tej sprawie. W związku z powyższym postanowiono obciążyć ww. przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości 71 zł (słownie: siedemdziesięciu jeden złotych).

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479 ^{28} § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od

daty jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach

Na postanowienie zawarte w punkcie III niniejszej decyzji, na podstawie art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479^{28} § 1 pkt 2 k.p.c. przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia.

DYREKTOR DELEGATURY
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH

Alicja Kral