PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
MAŁGORZATA KRASNODĘBSKA-TOMKIEL

DDK-61-25/08/PB

Warszawa, 4 września 2009 r.

DECYZJA NR DDK 6/2009

I.

Na podstawie art. 26 ust. 1 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania przeciwko Triada S.A. z siedzibą w Warszawie przy ul. Nowogrodzkiej 42 w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania ww. przedsiębiorcy polegające na:

1. podwyższaniu ceny imprezy turystycznej po zawarciu z konsumentem umowy o świadczenie usług turystycznych z uwagi na wzrost kosztów transportu bez umożliwienia konsumentowi odstąpienia od umowy z jednoczesnym zwrotem całej wpłaconej przez niego ceny,
   co stanowi naruszenie art. 14 ust. 6 pkt 2 w zw. z art. 17 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (tekst jedn. Dz. U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268 z późn. zm.) i wypełnia znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;
2. podwyższaniu ceny imprezy turystycznej po zawarciu z konsumentem umowy o świadczenie usług turystycznych z uwagi na wzrost kosztów transportu bez udokumentowania konsumentowi, iż wpływ na podwyższenie ceny miała ta okoliczność,
   co stanowi naruszenie art. 17 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych i wypełnia znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;

   i nakazuje zaniechanie ich stosowania.

II.

Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.), po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania przeciwko Triada S.A. z siedzibą w Warszawie przy ul. Nowogrodzkiej 42 w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Prezes

Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania ww. przedsiębiorcy polegające na:

nieumieszczaniu w umowach o świadczenie usług turystycznych informacji o godzinie wyjazdu i powrotu z imprezy turystycznej,

co stanowi naruszenie art. 14 ust. 2 pkt 4 a) ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych i wypełnia znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów

i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 5 maja 2009 r.

III.

Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, po przeprowadzeniu postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada karę pieniężną w wysokości 4.231.179 zł (cztery miliony dwieście trzydzieści jeden tysięcy sto siedemdziesiąt dziewięć złotych) w tym:

1. 1.813.363 zł (milion osiemset trzynaście tysięcy trzysta sześćdziesiąt trzy złote) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt. I.1 sentencji niniejszej decyzji;
2. 1.208.908 zł (milion dwieście osiem tysięcy dziewięćset osiem złotych) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt. I.2 sentencji niniejszej decyzji;
3. 1.208.908 zł (milion dwieście osiem tysięcy dziewięćset osiem złotych) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w 24 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w pkt. II sentencji niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

Postanowieniem z dnia 25 lutego 2008 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu") wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy spółka Triada S.A. (dalej jako „Spółka"), w ramach prowadzonej działalności gospodarczej (polegającej na organizowaniu imprez turystycznych) może stosować praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. W toku ww. postępowania wyjaśniającego Prezes Urzędu ustalił następujące okoliczności:

Spółka podwyższała konsumentom ceny imprez turystycznych po zawarciu umowy o świadczenie usług turystycznych. W zawiadomieniu o przedmiotowej podwyżce Spółka umieszczała informację następującej treści: *Nadmieniamy, że wzrost cen imprez turystycznych uwarunkowany wzrostem cen paliw, zgodnie z art. 17 ustawy o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 r., (tekst jednolity Dz. U. Nr 55, poz. 578 z 2001 z późniejszymi zmianami), nie jest podstawą do odstąpienia Klienta od umowy, bez ponoszenia kosztów wynikających z „Warunków uczestnictwa w imprezach organizowanych przez TRIADA S.A.".*

W opinii Prezesa Urzędu podwyższanie przez Spółkę ceny imprezy turystycznej po zawarciu z konsumentem umowy o świadczenie usług turystycznych, z jednoczesnym zastrzeżeniem, iż nie ma on prawa do bezkosztowego odstąpienia od takiej umowy mogło stanowić naruszenie art. 14 ust. 6 pkt 2 w zw. z art. 17 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 29 sierpnia

1997 r. o usługach turystycznych (tekst jedn. Dz. U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268 z późn. zm.), zwanej dalej: „u.u.t.”[1]. W konsekwencji ww. działanie Spółki mogło stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.), zwanej dalej „uokik”, zgodnie z którym przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy.

Ponadto, Spółka podwyższając cenę imprezy turystycznej po zawarciu z konsumentem umowy o świadczenie usług turystycznych, z uwagi na wzrost cen paliwa, nie dochowywała obowiązku udokumentowania konsumentowi, iż wzrost ceny spowodowany był właśnie tą okolicznością. Z posiadanych przez Prezesa Urzędu informacji wynikało, iż Spółka powiadamia jedynie pisemnie konsumenta, że w związku z otrzymaniem od linii lotniczych decyzji o wprowadzeniu podwyżki na zarezerwowane przez Spółkę miejsca w samolotach, jest zmuszona wprowadzić tzw. dopłatę paliwową. Spółka nie załączała do ww. pisma jakichkolwiek dowodów w postaci dokumentów, które potwierdzałyby jej prawo do podwyższenia ceny imprezy turystycznej.

W opinii Prezesa Urzędu, działanie takie mogło naruszać art. 17 ust. 1 pkt 1 u.u.t. i jako naruszenie zbiorowych interesów konsumentów stanowić praktykę naruszajacą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 pkt 2 uokik, zgodnie z którym przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Prezes Urzędu ustalił również, że Spółka w zawieranych z konsumentami umowach o świadczenie imprez turystycznych nie umieszczała informacji o godzinie wyjazdu i powrotu z imprezy turystycznej.

W opinii Prezesa UOKiK praktyka taka mogła naruszać art. 14 ust. 2 pkt 4 a) u.u.t., który stanowi, że umowa o świadczenie usług turystycznych polegających na organizowaniu imprez turystycznych powinna określać program imprezy turystycznej obejmujący rodzaj, jakość i terminy oferowanych usług w tym m.in. datę, godzinę, miejsce wyjazdu i planowanego powrotu. W konsekwencji praktyka taka mogła wypełniać dyspozycję art. 24 ust. 2 pkt 2 uokik.

Pismem z dnia 8 lipca 2008 r. Prezes Urzędu wezwał Spółkę do przekazania m.in. następujących informacji:

---

[1] Zgodnie z art. 17 ust. 1 u.u.t.: *Cena ustalona w umowie nie może być podwyższona, chyba że umowa wyraźnie przewiduje możliwość podwyższenia ceny, a organizator turystyki udokumentuje wpływ na podwyższenie ceny jednej z następujących okoliczności:*

1) *wzrostu kosztów transportu;*
2) *wzrostu opłat urzędowych, podatków lub opłat należnych za takie usługi, jak lotniskowe, załadunkowe lub przeładunkowe w portach morskich i lotniczych;*
3) *wzrostu kursów walut.*

Zgodnie z art. 14 ust. 6 pkt 2 u.u.t.: *Jeżeli klient, zgodnie z ust. 5, odstępuje od umowy lub jeżeli organizator odwołuje imprezę turystyczną z przyczyn niezależnych od klienta, klient ma prawo, według swojego wyboru: (...) 2) żądać natychmiastowego zwrotu wszystkich wniesionych świadczeń.*

Zgodnie z art. 14 ust. 5 u.u.t.: *Organizator, który przed rozpoczęciem imprezy turystycznej jest zmuszony, z przyczyn od niego niezależnych, zmienić istotne warunki umowy z klientem, z zastrzeżeniem art. 17, powinien niezwłocznie o tym powiadomić klienta. W takiej sytuacji klient powinien niezwłocznie poinformować organizatora, czy:*

1) *przyjmuje proponowaną zmianę umowy albo*
2) *odstępuje od umowy za natychmiastowym zwrotem wszystkich wniesionych świadczeń i bez obowiązku zapłaty kary umownej.*

1. wyjaśnienia, w jaki sposób Spółka dokumentuje, iż wpływ na podwyższenie ceny miał wzrost cen paliw;
2. przesłania 10 przykładowych pism, za pośrednictwem których Spółka informuje konsumentów o zmianie ceny imprezy turystycznej i wzywa ich do dokonania dopłaty;
3. wyjaśnienia, jak wygląda postępowanie Spółki (rozliczenie z konsumentem), gdy konsument nie zgodzi się na wzrost ceny imprezy turystycznej i odstąpi od umowy.

W piśmie z dnia 21 lipca 2008 r. (data doręczenia: 28 lipca 2008 r.) Spółka ustosunkowała się do ww. pytań. Spółka wyjaśniła, że informacje o podwyższeniu ceny paliwa otrzymuje pisemnie od przewoźnika. Są one przechowywane w jej siedzibie i okazywane klientom Spółki na żądanie. W przypadku oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, Spółka udokumentowuje mu powody zwiększenia opłaty. W przypadku gdyby konsument nadal podtrzymywał swoje stanowisko, zastosowanie znajdują przepisy zawarte w Warunkach Uczestnictwa regulujące tego typu przypadki. Spółka oświadczyła ponadto, że dotychczas nikt nie podtrzymał swojego oświadczenia o odstąpieniu od umowy ze względu na wzrost ceny spowodowany wzrostem cen paliwa po otrzymaniu dokumentacji uzasadniającej taką podwyżkę.

Zdaniem Prezesa Urzędu, przedstawiony powyżej stan faktyczny stanowił podstawę do wszczęcia postępowania. Postanowieniem z dnia 18 września 2008 r. Prezes Urzędu wszczął przeciwko Spółce postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, polegających na:

1. podwyższaniu ceny imprezy turystycznej po zawarciu z konsumentem umowy o świadczenie usług turystycznych bez przyznania mu prawa do odstąpienia od umowy z jednoczesnym zwrotem całej wpłaconej przez niego ceny,
   co może stanowić naruszenie art. 14 ust. 6 pkt 2 w zw. z art. 17 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (tekst jedn. Dz. U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268 z późn. zm.) i jako naruszenie zbiorowych interesów konsumentów może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;
2. podwyższaniu ceny imprezy turystycznej po zawarciu z konsumentem umowy o świadczenie usług turystycznych z uwagi na wzrost kosztów transportu bez udokumentowania konsumentowi, iż wpływ na podwyższenie ceny miała ta okoliczność,
   co może stanowić naruszenie art. 17 ust. 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych i jako naruszenie zbiorowych interesów konsumentów może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów;
3. nieumieszczaniu w umowach o świadczenie usług turystycznych informacji o godzinie wyjazdu i powrotu z imprezy turystycznej,
   co może stanowić naruszenie art. 14 ust. 2 pkt 4 a) ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych i jako naruszenie zbiorowych interesów konsumentów może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Tym samym postanowieniem Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów w powyższym postępowaniu informacje zawarte w następujących dokumentach:

1. pisma Triada S.A. z dnia: 11 marca 2008 r., 29 maja 2008 r., 27 czerwca 2008 r., 21 lipca 2008 r., 28 sierpnia 2008 r.;
2. pisma Prezesa Urzędu do Triada S.A. z dnia: 25 lutego 2008 r., 9 maja 2008 r., 8 lipca 2008 r., 21 sierpnia 2008 r. oraz materiały zgromadzone w ramach postępowania wyjaśniającego o sygn. DDK-403-10/08/PB.

W piśmie z dnia 2 października 2008 r. (data doręczenia: 6 października 2008 r.), Spółka ustosunkowała się do postawionych zarzutów. Jeśli chodzi o pierwszy z ww. zarzutów, Spółka stwierdziła, że jest on bezzasadny. Spółka wyjaśniła, że prawo do odstąpienia od umowy, nie jest czymś, co jedna strona „przyznaje" drugiej. Takie uprawnienie albo istnieje z mocy prawa albo nie istnieje. Nie można więc czynić Spółce zarzutu, że przyznaje bądź nie przyznaje jakichkolwiek uprawnień ponieważ nie jest ona ustawodawcą. Spółka podniosła, że swoje stanowisko przedstawia jedynie konsumentom i w przypadku braku zgody konsumenta, co do takiej interpretacji przepisów prawa zdanie rozstrzygające będzie należało do sądu. Zdaniem Spółki wprowadzenie kilkuprocentowej dopłaty paliwowej nie jest zmianą istotnych postanowień umowy.

Odnośnie drugiego z ww. zarzutów, Spółka zarzuciła Prezesowi Urzędu nieprawidłową wykładnię art. 17 u.u.t. Spółka podniosła, iż przepis ten, wbrew twierdzeniom Prezesa Urzędu, nie nakłada na Spółkę obowiązku udowodnienia, lub wykazania wzrostu cen paliwa, a jedynie nakazuje udokumentować konsumentowi ten wzrost. Ponadto, Spółka stwierdziła, żaden przepis u.u.t. nie nakazuje precyzyjnego udokumentowania tej okoliczności. Ustawa ta nie wskazuje w żaden sposób jak ten fakt ma być dokumentowany. Wobec powyższego, zdaniem Spółki, nakładanie na nią obowiązku udowadniania czy też precyzyjnego dokumentowania wzrostu cen paliwa nie ma żadnego uzasadnienia prawnego. Spółka zaznaczyła, że dokumentuje każdemu klientowi przyczynę podwyższenia ceny, natomiast żadne przepisy prawa nie nakazują Spółce dołączać dokumentów, które potwierdziłyby prawo do podniesienia ceny. Jednakże, na życzenie klienta Spółka umożliwia mu zapoznanie się z dokumentami jakie otrzymuje ona od linii lotniczych.

Jeśli zaś chodzi o trzeci z ww. zarzutów Spółka wyjaśniła, iż z uwagi na słabo rozwinięty w Polsce rynek przelotów czarterowych umieszczanie w umowach o świadczenie usług turystycznych informacji o godzinach wylotów i przylotów jest praktycznie niemożliwe. Spółka podniosła, iż jest to okoliczność całkowicie od niej niezależna. Wynika to bowiem z całkowitego uzależnienia możliwości kontynuacji działalności gospodarczej biur podróży od udostępnienia im samolotów przez linie lotnicze, które dyktują biurom podróży warunki umowy. Spółka wyjaśniła, iż informacje na temat godzin wylotów i przylotów publikuje na swojej stronie internetowej niezwłocznie po udostępnieniu ich przez przewoźnika lotniczego.

Postanowieniem z dnia 12 stycznia 2009 r. Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów w przedmiotowym postępowaniu pisma konsumentów z dnia:

1. 21 maja 2008 r.
2. 6 czerwca 2008 r.
3. 24 czerwca 2008 r.
4. 25 czerwca 2008 r.
5. 14 lipca 2008 r.
6. 12 sierpnia 2008 r.
7. 14 sierpnia 2008 r.
8. 15 sierpnia 2008 r.
9. 18 sierpnia 2008 r.
10. 21 sierpnia 2008 r.
11. 26 sierpnia 2008 r.

12. 19 września 2008 r.
13. 6 października 2008 r.
14. 8 października 2008 r.
15. 11 października 2008 r.
16. 12 października 2008 r.
17. 16 października 2008 r.
18. 31 października 2008 r.
19. 19 listopada 2008 r.
20. 11 grudnia 2008 r.
21. 3 stycznia 2009 r.

Pismem z dnia 26 stycznia 2009 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu. Prezes Urzędu poinformował jednocześnie Spółkę o możliwości wypowiedzenia się co do zebranych dowodów i materiałów przed wydaniem decyzji. Z powyższego uprawnienia Spółka skorzystała. W dniu 30 stycznia 2009 r. z aktami sprawy zapoznał się jej pełnomocnik.

W piśmie z dnia 4 lutego 2009 r. (data doręczenia: 9 lutego 2009 r.), Spółka ustosunkowała się do materiału dowodowego zgromadzonego w toku przedmiotowego postępowania. Spółka oświadczyła, że podtrzymuje dotychczasowe stanowisko w niniejszej sprawie. Spółka załączyła do ww. pisma dowody, które jej zdaniem wyjaśniają, iż w żadnym z przypadków podwyżek cen z powodu wzrostu kosztów transportu, podwyżka taka nie była bezpodstawna. Spółka poinformowała jednocześnie, że zmieniła dotychczasową praktykę dotyczącą informowania klientów o prawie do bezkosztowej anulacji umowy z powodu konieczności uiszczenia dopłaty paliwowej. Jeśli zaś chodzi o zarzut braku udokumentowania klientom, że wpływ na podwyższenie ceny miał wzrost kosztów transportu, Spółka ponownie zwróciła uwagę, na różnicę znaczeniową pomiędzy sformułowaniem „udokumentować", a „udowodnić", gdyż jej zdaniem z przepisów u.u.t. wynika obowiązek udokumentowania, a nie udowodnienia podwyżki. Zdaniem Spółki, różnica ta jest istotna ponieważ za dokument może zostać uznane również oświadczenie Spółki przesyłane każdorazowo klientom.

W piśmie z dnia 5 maja 2009 r. (data doręczenia: 6 maja 2009 r.) Spółka zweryfikowała swoje stanowisko.

Odnośnie pierwszego ze stawianych Spółce zarzutów, Spółka oświadczyła, że jej dotychczasowa praktyka spowodowana była nieumiejętnym stosowaniem i interpretowaniem przepisów u.u.t. Spółka postanowiła nie umieszczać w przesyłanym klientom zawiadomieniu o podwyżce informacji, że klient nie może w takim wypadku bezkosztowo odstąpić od umowy.

Jeśli chodzi o drugi z zarzutów, Spółka poinformowała, że w przypadku podwyższania ceny imprezy turystycznej ze względu na wzrost kosztów transportu, do zawiadomienia wysyłanego klientom będzie dołączała kopię dokumentu o podwyżce, otrzymanego od przewoźnika, która wskazywać będzie jednoznacznie zasadność podwyżki. Dotychczasowa praktyka Spółki w tym zakresie spowodowana była brakiem świadomości jej pracowników o konieczności dołączania takiego dokumentu w wyniku odmiennej interpretacji przepisów u.u.t.

Odnosząc się do trzeciego z zarzutów, Spółka poinformowała, iż od tej pory w umowach będzie umieszczała godziny wyjazdu i powrotu z imprezy turystycznej. Jako potwierdzenie Spółka załączyła aktualny wzór umowy.

Postanowieniem z dnia 27 maja 2009 r. Prezes Urzędu działając na wniosek Spółki (złożony w pismach z dnia 4 lutego 2009 r. i 23 kwietnia 2009 r.) ograniczył prawo wglądu do materiału dowodowego załączonego do akt niniejszego postępowania w zakresie:

1. korespondencji Spółki z przewoźnikami lotniczymi oraz zawartych w niej danych, załączonej do pisma Spółki z dnia 4 lutego 2009 r.,
2. informacji o wysokości przychodu osiągniętego przez spółkę w 2008 r. przekazanych przez Spółkę w piśmie z dnia 23 kwietnia 2009 r.,
3. zeznania podatkowego Spółki za rok 2008, przekazanego przez Spółkę wraz z pismem z dnia 23 kwietnia 2009 r.,
4. informacji na temat sprawozdania finansowego Spółki za 2008 r. zawartych w piśmie z dnia 23 kwietnia 2009 r.

Postanowieniem z dnia 27 maja Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu następujące dokumenty:

1. protokół z dnia 30 stycznia 2009 r., sygn. DDK-61-25/08/PB o zapoznaniu się przez pełnomocnika Spółki z aktami sprawy,
2. pismo Prezesa Urzędu z dnia 9 marca 2009 r., sygn. DDK-61-25/08/PB,
3. pismo Spółki z dnia 4 lutego 2009 r. wraz z załącznikami,
4. pismo Spółki z dnia 23 marca 2009 r.,
5. pismo Prezesa Urzędu z dnia 7 kwietnia 2009 r., sygn. DDK-61-25/08/PB,
6. pismo Spółki z dnia 23 kwietnia 2009 r. wraz z załącznikami,
7. pismo Spółki z dnia 5 maja 2009 r. wraz z załącznikami,
8. pismo konsumenta z dnia 30 listopada 2008 r. wraz z załącznikami,
9. pismo konsumenta z dnia 10 lutego 2009 r. wraz załącznikami,
10. pismo konsumenta z dnia 9 lutego 2009 r. wraz załącznikami,
11. pismo konsumentów (w imieniu grupy) z dnia 23 marca 2009 r. wraz załącznikami.

Jednocześnie pismem z 27 maja 2009 r. Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę o możliwości wypowiedzenia się, co do zebranych dowodów i materiałów przed wydaniem decyzji. W dniu 2 czerwca 2009 r. z aktami sprawy zapoznał się jej pełnomocnik.

Prezes Urzędu ustalił co następuje

Triada S.A. jest przedsiębiorcą zarejestrowanym w Sądzie Rejonowym dla m. st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy pod nr KRS 0000290448 i prowadzi działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług turystycznych.

Spółka podwyższa ceny imprez turystycznych po zawarciu z konsumentem umowy o świadczenie usług turystycznych *Zgłoszenie – umowa udziału w imprezie*. W przypadku decyzji konsumenta o odstąpieniu od umowy z powodu wzrostu ceny imprezy, Spółka pobiera od niego określoną kwotę tytułem kosztów odstąpienia od umowy. W skierowanym do konsumenta zawiadomieniu o przedmiotowej podwyżce Spółka umieszczała informację następującej treści: *Nadmieniamy, że wzrost cen imprez turystycznych uwarunkowany wzrostem cen paliw, zgodnie z art. 17 ustawy o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 r., (tekst jednolity Dz. U. Nr 55, poz. 578 z 2001 z późniejszymi zmianami) nie jest podstawą do odstąpienia Klienta od umowy, bez ponoszenia kosztów wynikających z „Warunków uczestnictwa w imprezach organizowanych przez TRIADA S.A.”.*

- dowód: *zawiadomienia o podwyższeniu ceny imprezy turystycznej*

Ponadto, w prowadzonej przez Spółkę korespondencji z konsumentami dotyczącej zasadności podwyższenia ceny imprezy turystycznej, Spółka m.in. składała im następujące wyjaśnienia: *(...) Niestety, dopłaty* [paliwowe – przypis P.B.] *to nie nowość w naszej branży, a w sytuacji gdy Klient nie chce dopłacić informuję, że klient nie otrzyma dokumentów podróży. Tzn. gdyby zdarzyła się taka sytuacja, że Klient nie dopłacił mimo wezwań, nie*

wydajemy mu biletów na lotnisku, do momentu uiszczenia dopłaty, a jeśli to nie skutkuje – anulujemy wylot dla tego klienta, oczywiście kosztowo, zgodnie z Warunkami Uczestnictwa zawartymi w katalogu Lato 2008 (...).

- dowód: *pismo Spółki do konsumenta z dnia 20 maja 2008 r. zawarte w piśmie konsumenta z dnia 21 maja 2008 r.*

Spółka podwyższając cenę imprezy turystycznej z uwagi na wzrost kosztów transportu, przesyłała konsumentom jednostronicowe pismo, w którym zbiorczo informowała o wysokości podwyżek w zależności od kraju docelowego, w którym będzie realizowana impreza turystyczna. Pismo to zawierało następujące informacje:

W związku z otrzymaniem od linii lotniczych decyzji o wprowadzeniu podwyżki cen na wszystkie zarezerwowane przez nas miejsca w samolotach na wyloty od (...) do (...) [w tym miejscu Spółka umieszcza konkretne daty objęte podwyżką]. *Pragniemy poinformować Państwa, iż jesteśmy zmuszeni, tak jak wszyscy przewoźnicy i organizatorzy wycieczek zagranicznych, nieznacznie podnieść cenę wyjazdów wakacyjnych poprzez wprowadzenie tzw. dopłaty paliwowej. Sytuacja ta jest wynikiem stałej tendencji na rynkach globalnych skutkującej systematycznym wzrostem cen paliwa na świecie – okolicznością, na którą nie mamy żadnego wpływu.*

W tym miejscu znajduje się tabela nr 1, w której wyszczególniono wysokości dopłat w zależności od kraju docelowego.

Ceny imprez turystycznych wykupionych przez Państwa na sezon 2008 zostały skalkulowane – między innymi – na podstawie cen przelotów, ustalonych z liniami lotniczymi z wielomiesięcznym wyprzedzeniem. Istotny składnik cen biletów lotniczych, czyli ceny paliwa lotniczego przyjmowane wówczas przez przewoźników w umowach za sezon lato 2008, kształtowały się na poziomie (...) – (...) USD za tonę [w tym miejscu Spółka podaje przedział kwotowy cen paliw]. *Obecnie ceny te pozostają na poziomie o (...) – (...)* [w tym miejscu Spółka podaje procentowy wzrost cen paliw] *wyższym od tych, które stanowiły punkt wyjścia dla pierwotnych kalkulacji cen przelotów.*

Mając na uwadze powyższe fakty, uprzejmie prosimy Państwa o zgłoszenie się do biura, w którym została zawarta Państwa umowa i uregulowanie stosownej dopłaty w ciągu 7 dni od daty otrzymania niniejszego pisma. Wzrost cen nie obejmuje posiadaczy Zielonej Karty Triady, którzy w dniu podpisania umowy dokonali jednorazowej wpłaty w wysokości co najmniej 45% ceny imprezy i zgodnie z Regulaminem Zielonej Karty, posiadają gwarancję niezmienności ceny, a także tych Klientów, którzy zakupili wycieczki w pierwszym okresie po uruchomieniu sprzedaży oferty letniej i nabyli prawo do gwarancji niezmienności ceny.

Klienci, którzy nie posiadają gwarancji niezmienności ceny, a wpłacili pierwszą kwotę na poczet dopłaty paliwowej dopłacają różnicę w wysokości podanej w tabeli nr 2:

W tym miejscu umieszczono tabelę wskazującą wysokość dopłat w zależności od lotniska docelowego.

Klienci, którzy nie posiadają gwarancji niezmienności ceny i wykupili oferty, w których nie została uwzględniona pierwsza dopłata paliwowa, dopłacają całą kwotę dopłaty paliwowej (zgodnie z tabelą nr 1).

Nadmieniamy, że wzrost cen imprez turystycznych uwarunkowany wzrostem cen paliw, zgodnie z art. 17 ustawy o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 r., (tekst jednolity Dz. U. Nr 55, poz. 578 z 2001 z późniejszymi zmianami) nie jest podstawą do odstąpienia Klienta od umowy, bez ponoszenia kosztów wynikających z „Warunków uczestnictwa w imprezach organizowanych przez TRIADA S.A.”.

Dziękujemy, że wybraliście nas Państwo jako organizatora swojego wypoczynku. Przepraszamy za zaistniałą sytuację oraz poza wspomnianą korektą gwarantujemy

niezmienność cen do dnia Państwa wyjazdu. Dołożymy wszelkich starań by spędzony z nami czas okazał się wspaniałym i owocnym wypoczynkiem.

- dowód: *zawiadomienia o podwyższeniu ceny imprezy turystycznej*

Obecnie (Spółka w piśmie z dnia 4 lutego 2009 r. poinformowała, że już stosuje taką wersję) ww. pismo ma następującą treść:

Chcielibyśmy Państwu serdecznie podziękować za okazane na zaufanie i wybór naszej firmy jako organizatora Państwa wypoczynku.

Z przykrością zmuszeni jesteśmy poinformować Państwa, że linie lotnicze realizujące przelot do/z wybranej przez Państwa destynacji przekazały nam pismo o wprowadzeniu podwyżki cen za zarezerwowane przez nas miejsca w samolocie. W związku z bardzo trudną sytuacją na rynku przewozów lotniczych, rosnącymi kosztami transportu na świecie oraz drastycznym wzrostem kursów walut i słabnąca złotówką (okoliczności na które przewoźnicy nie mają żadnego wpływu) linie lotnicze obsługujące polski rynek czarterowy wprowadziły zmiany w odniesieniu do polityki cenowej dotyczącej zimowego programu czarterowego. Pokrycie przez nas tych dodatkowych kosztów nie jest możliwe. Powoduje to, że jesteśmy zmuszeni – jak inni organizatorzy wycieczek zagranicznych – do zmiany cen większości imprez lotniczych zawartych w naszym katalogu Egzotyka 2008/2009.

Zgodnie z art. 17.1 ustawy o usługach turystycznych organizator ma prawo podnieść cenę imprezy turystycznej z powodu wzrostu kosztów transportu i/lub wzrostu kursów walut. Trudna sytuacja na rynku przewozów lotniczych wynika z ogromnych kłopotów większości przewoźników czarterowych i regularnych. Straty, jakie ponieśli oni z powodu szalejących cen paliw, finansowa zapaść włoskiego narodowego przewoźnika Alitalii oraz bankructwo dwóch dużych linii czarterowych (Futura, XL Leisure Group) zmusiły linie lotnicze do zrewidowania polityki cenowej i zmiany cen oferowanych przelotów czarterowych.

Aby wyjść Państwu naprzeciw Zarząd TRIADA S.A. zdecydował, iż część opisanych powyżej niekorzystnych zmian ceny przelotów czarterowych realizowanych w sezonie Zima 2008/2009 zostanie przejęta przez naszą firmę.

Szczegółowe wysokości dopłat określone są w tabeli poniżej.

W tym miejscu znajduje się tabela nr 1, w której wyszczególniono wysokości dopłat w zależności od kraju docelowego.

Tytułem wyjaśnienia, ceny katalogowe imprez wyjazdowych wykupionych przez Państwa na sezon zimowy 2008/2009 zostały skalkulowane – między innymi – na podstawie cen usług, podanych nam przez linie lotnicze, na wiele miesięcy wcześniej. Dodatkowo kalkulacje były tworzone na podstawie aktualnych kursów walut (np. kurs USD/PLN w tym czasie wynosił ok. 2,15 zł, a wszelkie analizy rynkowe mówiły, iż złotówka nadal będzie się umacniała, tymczasem począwszy od sierpnia kurs USD/PLN zaczął drastycznie wzrastać, na chwilę obecną osiągając poziom powyżej (...) – (...) zł [w tym miejscu Spółka podaje aktualny kurs USD/PLN], *a EURO powyżej (...) – (...) zł* [w tym miejscu Spółka podaje aktualny kurs EURO/PLN].*Oznacza to wzrost średnio o (...) %* [w tym miejscu Spółka podaje procentowy wzrost kursów walut] *w stosunku do naszych założeń kalkulacyjnych.*

Uprzejmie prosimy Państwa o zgłoszenie się do biura, w którym została zawarta Państwa umowa wyjazdowa i uregulowanie stosownej dopłaty. Wzrost cen nie obejmuje oczywiście posiadaczy Zielonej Karty Triady, którzy w dniu podpisania umowy dokonali jednorazowej wpłaty w wysokości co najmniej 45% ceny imprezy i zgodnie z Regulaminem Zielonej Karty, posiadają gwarancję niezmienności ceny, a także tych Klientów, którzy zakupili wycieczki z ofert zawierających w świadczeniach gwarancję niezmienności ceny.

Jeszcze raz przepraszamy za zaistniałą sytuację. Liczymy, że powyższe zmiany przyjmiecie Państwo ze zrozumieniem.

Życzymy Państwu udanego wypoczynku i obiecujemy, iż dołożymy wszelkich starań by spędzony z nami czas okazał się wspaniałym i owocnym wypoczynkiem.

Uprzejmie prosimy Państwa o zgłoszenie się do biura, w którym została zawarta Państwa umowa wyjazdowa i uregulowanie stosownej dopłaty do dnia (...) [w tym miejscu Spółka wskazuje termin, w którym ma być uiszczona dopłata].

- dowód: *zawiadomienie o podwyższeniu ceny imprezy turystycznej z dnia 16 stycznia 2009 r.*

Spółka w umowach o świadczenie usług turystycznych polegających na organizowaniu imprez turystycznych *Zgłoszenie – umowa o udział w imprezie* nie zamieszczała informacji o godzinie wyjazdu i planowanego powrotu z imprezy turystycznej.

- dowód: *Zgłoszenie – umowa o udział w imprezie*

Informacje te Spółka podawała konsumentom dopiero w późniejszym terminie po zawarciu takiej umowy.

Prezes Urzędu zważył, co następuje

I. Ocena działań Triada S.A. w aspekcie zarzutu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Postępowanie zostało wszczęte w związku z podejrzeniem podejmowania przez Spółkę bezprawnych działań noszących znamiona praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, co mogło stanowić naruszenie art. 24 ust. 2 uokik. Zgodnie z tym przepisem *przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności: naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.*

Aby doszło do naruszenia art. 24 uokik muszą zostać kumulatywnie spełnione trzy przesłanki tj.:

1) działanie przedsiębiorcy
2) noszące znamiona bezprawności
3) godzące w zbiorowy interes konsumentów.

Ad. 1.

Art. 4 pkt 1 uokik pojęcie przedsiębiorcy definiuje jako przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn. Dz. U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1095 z późn. zm.), zwanej dalej „usdg", a także:

a) osobę fizyczną, osobę prawną, a także jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o działalności gospodarczej,
b) osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu,
c) osobę fizyczną posiadającą kontrolę, w rozumieniu art. 4 pkt 4 uokik, nad co najmniej jednym przedsiębiorcą, choćby nie prowadziła działalności gospodarczej w rozumieniu przepisów o działalności gospodarczej, jeżeli podejmuje dalsze działania podlegające kontroli koncentracji, o której mowa w art. 13 uokik,

d) związek przedsiębiorców w rozumieniu art. 4 pkt 2 uokik – na potrzeby przepisów dotyczących praktyk ograniczających konkurencję oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Art. 2 usdg definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, handlową, budowlaną, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły. Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 usdg jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą.

Spółka jest podmiotem wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego – Rejestru Przedsiębiorców pod numerem KRS 0000290448. Prowadzona działalność gospodarcza wykonywana jest w sposób zorganizowany i ciągły. Wobec powyższego, należy stwierdzić, iż Spółka jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 uokik.

Ad. 2.

2.1. Uwagi ogólne.

Druga przesłanka konieczna do naruszenia art. 24 uokik zostaje spełniona, gdy przedsiębiorca podejmuje działania sprzeczne z prawem tj. zakazane ustawą lub, gdy nie dopełnia ciążącego na nim obowiązku.

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Porządek prawny obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów.[2] Bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego *całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego*.[3] Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy (w znaczeniu subiektywnym, oznaczającym wadliwość procesu decyzyjnego sprawcy) i stopień tej winy (umyślność bądź nieumyślność), a także świadomość istnienia naruszonych norm prawnych.

2.2. Rozstrzygnięcie w pkt. I.1 sentencji decyzji.

Niniejsze postępowanie zostało wszczęte m.in. pod zarzutem podwyższania ceny imprezy turystycznej po zawarciu z konsumentem umowy o świadczenie usług turystycznych bez umożliwienia mu odstąpienia od umowy z jednoczesnym zwrotem całej wpłaconej przez niego ceny.

Przedmiotowa problematyka została uregulowana przez ustawodawcę w art. 14 ust. 6 pkt 2 u.u.t. oraz art. 17 ust. 1 u.u.t.

Przepis art. 14 ust. 6 pkt 2 u.u.t., stanowi, że jeżeli klient, zgodnie z ust. 5, odstępuje od umowy lub jeżeli organizator odwołuje imprezę turystyczną z przyczyn niezależnych od klienta, klient ma prawo żądać natychmiastowego zwrotu wszystkich wniesionych świadczeń[4]. Zgodnie zaś z art. 17 ust. 1 u.u.t. *cena ustalona w umowie nie może być*

---

[2] Tak m.in. wyrok SOKiK z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07.

[3] Wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r., sygn. I PKN 267/2001.

[4] Zgodnie z art. 14 ust. 5 u.u.t.: *Organizator, który przed rozpoczęciem imprezy turystycznej jest zmuszony, z przyczyn od niego niezależnych, zmienić istotne warunki umowy z klientem, z zastrzeżeniem art. 17, powinien niezwłocznie o tym powiadomić klienta. W takiej sytuacji klient powinien niezwłocznie poinformować organizatora, czy:*

1) przyjmuje proponowaną zmianę umowy albo

podwyższona, chyba że umowa wyraźnie przewiduje możliwość podwyższenia ceny, a organizator turystyki udokumentuje wpływ na podwyższenie ceny jednej z następujących okoliczności:

1) *wzrostu kosztów transportu;*
2) *wzrostu opłat urzędowych, podatków lub opłat należnych za takie usługi, jak lotniskowe, załadunkowe lub przeładunkowe w portach morskich i lotniczych;*
3) *wzrostu kursów walut.*

Dokonując analizy prawnej ww. przepisów należy w pierwszej kolejności podkreślić, iż w u.u.t. ustawodawca wskazał, że cena jest istotnym postanowieniem umownym. Zgodnie bowiem z art. 14 ust. 2 pkt 5) u.u.t. umowa o świadczenie usług turystycznych polegających na organizowaniu imprez turystycznych powinna określać cenę imprezy turystycznej, wraz z wyszczególnieniem wszelkich koniecznych należności, podatków i opłat, jeżeli nie są one zawarte w cenie, oraz wyraźne sformułowanie okoliczności, które mogą spowodować podwyższenie ceny zgodnie z art. 17. Z przepisu tego wynika, iż ustawodawca nakłada na organizatora turystyki obowiązek określenia w umowie ceny imprezy turystycznej w sposób precyzyjny, tak by konsument otrzymał pełną informację o wszelkich dodatkowych należnościach koniecznych do uiszczenia, w przypadku gdy nie są one ujęte w cenie imprezy turystycznej. Konieczność takiej regulacji wynika z faktu, iż cena jest jednym z głównych czynników branych przez konsumentów pod uwagę przy wyborze konkretnej oferty imprezy turystycznej spośród podobnych ofert dostępnych na rynku. Z treści ww. przepisu wynika ponadto, iż jeżeli organizator turystyki chce mieć możliwość podwyższenia ceny imprezy turystycznej po zawarciu umowy z konsumentem powinien wskazać w niej okoliczności, które mogą spowodować taką podwyżkę. Zaznaczyć należy jednak, iż nie mogą to być jakiekolwiek okoliczności, a jedynie te, które zostały szczegółowo wymienione w art. 17 ust. 1 u.u.t. Wymaga bowiem pokreślenia fakt, iż ustawodawca wprowadził generalną zasadę zakazu podwyższania przez organizatora turystyki ustalonej w umowie ceny imprezy turystycznej po zawarciu umowy z konsumentem. Przepis art. 17 ust. 1 dopuszcza wprawdzie wyjątkowo pod pewnymi enumeratywnie wymienionymi warunkami możliwość jej podwyższenia (m.in. z uwagi na wzrost kosztów transportu), jednak każda taka zmiana ceny powinna być traktowana jako zmiana istotnych postanowień umownych w rozumieniu art. 14 ust. 5 u.u.t. i w konsekwencji powodować powstanie po stronie konsumenta uprawnień określonych m.in. w art. 14 ust. 6 pkt 2 u.u.t. tj. prawa do odstąpienia od umowy wraz z żądaniem natychmiastowego zwrotu wszystkich wniesionych świadczeń. Należy przy tym podkreślić, że ustawodawca w art. 14 ust. 5 u.u.t. w sposób wyraźny zastrzegł, iż w przypadku zmiany istotnego postanowienia umowy w zakresie ceny imprezy, zmiana ta powinna odpowiadać wszelkim rygorom przewidzianym w przepisie art. 17 u.u.t. Świadczy o tym treść ww. przepisu, który zawiera wyraźne odniesienie do art. 17 u.u.t. (zwrot „z zastrzeżeniem art. 17", patrz przyp. 4). Dokonanie przez organizatora turystyki zmiany istotnego postanowienia umowy jakim jest cena imprezy turystycznej obwarowane jest więc dodatkowymi ograniczeniami, w stosunku do innych istotnych postanowień umowy np. zmiany programu imprezy turystycznej.

Należy podkreślić, iż taka interpretacja przepisów u.u.t., jest całkowicie zgodna z Dyrektywą 90/314/EWG w sprawie zorganizowanych podróży, wakacji i wycieczek (dalej jako: „dyrektywa 90/314"). Powołane wyżej przepisy u.u.t. stanowią implementację do polskiego porządku prawnego art. 4 ust. 4 pkt a) i art. 4 ust. 5 dyrektywy 90/314.

---

2) *odstępuje od umowy za natychmiastowym zwrotem wszystkich wniesionych świadczeń i bez obowiązku zapłaty kary umownej.*

Zgodnie z art. 4 ust. 4 pkt a) dyrektywy 90/314, *ceny ustalone w umowie nie podlegają zmianie, chyba że umowa wyraźnie przewiduje możliwość podwyższenia lub obniżenia ceny i precyzyjnie określa sposób jej kalkulacji, dopuszczając zmiany w:*

– *wysokości kosztów transportu, w tym kosztów paliwa,*
– *wysokości opłat, podatków i narzutów obciążających pewne usługi, jak opłaty lotniskowe lub opłaty za wejście na pokład i zejście na ląd,*
– *kursach wymiany walut, które dotyczą danej imprezy turystycznej.*

Zgodnie zaś z art. 4 ust. 5 dyrektywy 90/314, *jeżeli organizator przed datą rozpoczęcia podróży stwierdza, że jest zmuszony zmienić w sposób znaczący którekolwiek z istotnych postanowień umowy (np. cenę), zawiadamia o tym konsumenta możliwie jak najszybciej, aby umożliwić mu podjęcie właściwej decyzji, w szczególności:*

– *albo o odstąpieniu od umowy bez zapłacenia kary umownej,*
– *albo o zaakceptowaniu Załącznika do umowy określającego dokonane zmiany i ich wpływ na cenę.*

Z ww. przepisów dyrektywy 90/314 wynika w sposób jednoznaczny, iż cena za imprezę turystyczną należy do istotnych postanowień umowy oraz, że jej zmiana powoduje po stronie organizatora turystyki obowiązek zawiadomienia o tym fakcie konsumenta, który z kolei ma prawo tej zmiany nie zaakceptować i odstąpić od umowy bez ponoszenia z tego tytułu żadnych kosztów.

Należy zwrócić uwagę na fakt, iż przedmiotowa Dyrektywa jest jedną z dyrektyw wchodzących w skład *acquis* konsumenckiego i wyznacza minimalny zakres ochrony dla konsumentów. Oznacza to, że państwo członkowskie implementując jej przepisy do krajowego porządku prawnego, może wprowadzić jedynie wyższy zakres tej ochrony. Obniżenie zakresu ochrony jest natomiast niedopuszczalne i stanowiłoby błędną implementację przepisów dyrektywy. Powyższy charakter dyrektywy 90/314 został potwierdzony w jej art. 8, który stanowi, że *w celu ochrony konsumenta Państwa Członkowskie mogą przyjąć lub przywrócić obowiązywanie bardziej surowych przepisów w zakresie objętym niniejszą dyrektywą.*

Interpretowanie więc art. 14 ust. 6 pkt 2 u.u.t. w zw. z art. 17 ust. 1 u.u.t. w sposób odmienny od wyżej przedstawionego byłoby niezgodne z ww. przepisami dyrektywy i jednoznaczne z błędną ich implementacją do polskiego porządku prawnego.

Problematyka związana ze zmianą przez organizatora turystyki ceny imprezy turystycznej była również wielokrotnie przedmiotem rozstrzygnięć Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie (dalej jako: „SOKiK"). Przykładowo w wyroku z dnia 17 stycznia 2007 r. (sygn. akt XVII AmC 31/06, nr wpisu do Rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, zwanego dalej „Rejestrem": 1326) SOKiK uznał za niedozwolone postanowienie wzorca umowy stosowanego przez Sun&Fun Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, o treści: *Wzrost cen do 10% wartości imprezy uzasadniony przyczynami (pkt 4.4) nie stanowi zmiany istotnych warunków Umowy i nie daje podstawy Klientowi do odstąpienia od umowy.* W uzasadnieniu wyroku SOKiK w całości przychylił się do stanowiska powoda (Prezes Urzędu), zgodnie z którym ww. postanowienie nosi cechy klauzuli abuzywnej, ponieważ konsument może odstąpić od zawartej umowy o imprezę turystyczną z powodu wzrostu jej ceny jedynie w przypadku, gdy wzrost ten przekracza 10% dotychczasowej ceny imprezy. Tym samym w sytuacji, gdy cena zakupionej imprezy wzrasta o kwotę nie wyższą niż 10% ceny, konsument nie może zrezygnować z imprezy turystycznej, bez obowiązku ponoszenia z tego tytułu dodatkowych kosztów. Wyłączenie lub ograniczenie prawa odstąpienia od umowy w przypadku podwyższenia ceny imprezy jest niedopuszczalne.

Wyrokiem z dnia 8 stycznia 2007 r. (sygn. akt XVII AmC 22/06, nr wpisu do Rejestru: 1048) SOKiK uznał za niedozwolone postanowienie o treści: *Wzrost cen do 10 %,*

uzasadniony przyczynami wymienionymi w pkt. 5.1 nie stanowi zmiany istotnych warunków Umowy i nie daje podstawy klientowi do odstąpienia od umowy. W uzasadnieniu wyroku SOKiK podkreślił, iż każde podwyższenie ceny imprezy turystycznej stanowi zmianę istotnych warunków umowy, co uzasadnia zastosowanie w takim przypadku art. 14 ust. 5 u.u.t., zgodnie z którym każda zmiana istotnych warunków umowy dokonana przez organizatora turystyki rodzi po stronie konsumenta prawo do odstąpienia od umowy za natychmiastowym zwrotem wszystkich wniesionych świadczeń i bez obowiązku zapłaty kary umownej. Zakwestionowane postanowienie kształtuje prawa konsumenta w sposób mniej korzystny niż określony w u.u.t., co narusza przepis art. 19 tej ustawy[5].

Podobne w treści postanowienia zostały zakwestionowane przez SOKiK m.in. w wyrokach: z dnia 7 lutego 2005 r., sygn akt XVII AmC 108/03, nr wpisu do Rejestru: 778; z dnia 14 grudnia 2006, sygn. akt XVII AmC 152/05, nr wpisu do Rejestru: 1053; z dnia 14 stycznia 2008 r., sygn. akt XVII AmC 129/07, nr wpisu do Rejestru:1411; z dnia 6 grudnia 2007 r., syg. akt XVII AmC 178/07, nr wpisu do Rejestru: 1585, z dnia 11 października 2007 r., sygn. akt XVII AmC 134/07, nr wpisu do Rejestru: 1617.

Wskazane powyżej wyroki dotyczą co prawda stosowania we wzorcach umów niedozwolonych postanowień umownych, jednakże stanowisko sądu w zakresie problematyki prawa do bezkosztowego odstąpienia od umowy w przypadku zmiany przez organizatora turystyki ustalonej w umowie ceny imprezy turystycznej, jest całkowicie zbieżne z przedstawionym w niniejszej decyzji.

Także w doktrynie związanej z prawem konsumenckim przyjmuje się że: *(...) zmiana ceny przez kontrahenta konsumenta dopuszczalna jest tylko wówczas, gdy konsumentowi służy odpowiednik w postaci prawa odstąpienia od umowy (...)*[6].

Mając na uwadze powyższe stanowisko orzecznictwa i doktryny należy podkreślić, iż cena należy do istotnych postanowień umowy o świadczenie usług turystycznych. Bardzo często jest ona dla konsumenta czynnikiem decydującym o wyborze konkretnej oferty spośród podobnych ofert innych organizatorów turystyki. Mogą zdarzyć się sytuacje, w których konsument nie będzie w stanie ponieść dodatkowego ciężaru finansowego w postaci dopłaty do już ustalonej w umowie ceny imprezy turystycznej. Nie może on jednak z tego powodu ponosić negatywnych konsekwencji w postaci obciążenia go kosztami rezygnacji z imprezy turystycznej. To nie on bowiem jest w tym przypadku stroną zmieniającą warunki zawartej umowy. Tak jak wskazano wyżej przepisy u.u.t. umożliwiają co prawda organizatorowi turystyki podwyższenie ceny imprezy turystycznej, lecz jest to obwarowane pewnymi ściśle określonymi warunkami. Jednym z nich jest prawo konsumenta do odstąpienia od takiej umowy bez obowiązku ponoszenia z tego tytułu żadnych kosztów.

W przedmiotowym stanie faktycznym, Spółka podwyższając cenę imprezy turystycznej po zawarciu z konsumentem umowy *Zgłoszenie – umowa udziału w* imprezie z uwagi na wzrost kosztów transportu, uniemożliwia mu bezkosztowe odstąpienie od umowy. W przypadku, gdy konsument nie zaakceptuje takiej zmiany, Spółka odmawia mu prawa do wzięcia udziału w imprezie turystycznej oraz obciąża go kosztami rezygnacji z takiej imprezy określonymi w wzorcu umowy *Warunki uczestnictwa w imprezach turystycznych organizowanych przez TRIADA S.A.*[7]. Spółka pozbawia więc konsumenta jednego z

---

[5] Zgodnie z art. 19 u.u.t. *1. Postanowienia umów zawieranych przez organizatorów turystyki z klientami mniej korzystne dla klientów niż postanowienia niniejszej umowy są nieważne. 2. W miejsce postanowień umowy mniej korzystnych dla klienta obowiązują przepisy ustawy.*

[6] por.: E. Łętowska *Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów – komentarz*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2000 r., s. 108.

[7] Zgodnie z pkt. III 2 Warunków uczestnictwa w imprezach turystycznych organizowanych przez TRIADA S.A., *w przypadku odstąpienia Klienta od udziału w imprezie z przyczyn nie leżących po stronie Organizatora (jak np.*

zasadniczych uprawnień przysługujących mu w takiej sytuacji tj. prawa do bezkosztowego odstąpienia od jednostronnie zmienionej umowy. To w konsekwencji powoduje, iż w przypadku nie zaakceptowania takiej podwyżki, spotyka go ze strony organizatora turystyki – inicjatora zmiany umowy – swoista podwójna kara. Po pierwsze, nie zostaną wydane mu dokumenty podróży, a więc nie będzie mógł uczestniczyć w imprezie turystycznej. Po drugie, zostaje on obciążony kosztami rezygnacji z imprezy turystycznej, w której chciał uczestniczyć, ale na pierwotnie ustalonych w umowie warunkach. Biorąc pod uwagę okoliczność, iż urlop konsumenci planują zazwyczaj z dużym (wielomiesięcznym) wyprzedzeniem, już sama perspektywa nieuczestniczenia w takiej imprezie, jest dla konsumenta, który nie jest w stanie uiścić dopłaty, znaczną dolegliwością. Spółka obciąża go natomiast dodatkowo kosztami rezygnacji z imprezy turystycznej. W wielu przypadkach takie działanie Spółki może niejako wymuszać na konsumentach określone zachowanie polegające na uiszczeniu dopłaty, którego nie dokonaliby w przypadku, gdyby Spółka nie obciążała ich kosztami rezygnacji. Ponadto, takie działanie Spółki może w praktyce uniemożliwić konsumentom skorzystanie z oferty innego organizatora turystyki. Potrącenie przez Spółkę konsumentowi kilkudziesięciu procent ceny imprezy turystycznej tytułem kosztów rezygnacji może bowiem spowodować, że nie będzie go stać na wykupienie innej podobnej imprezy turystycznej.

W piśmie z dnia 4 lutego 2009 r. Spółka poinformowała wprawdzie, że zmieniła praktykę dotyczącą informowania klientów o prawie do bezkosztowej anulacji umowy, w przypadku jego odstąpienia od umowy z powodu wzrostu ceny imprezy turystycznej, jednakże nie udowodniła w sposób dostateczny zaniechania przedmiotowej praktyki. Spółka zadeklarowała jedynie wykreślenie z zawiadomienia o podwyżce wysyłanego klientom fragmentu, który informował o obciążeniu konsumenta kosztami rezygnacji w przypadku odstąpienia od umowy[8]. Spółka poinformowała jednak w tym samym piśmie, iż podtrzymuje dotychczasowe stanowisko w niniejszej sprawie[9]. W tym kontekście samo wykreślenie ww. informacji nie stanowi żadnego dowodu na zaniechanie kwestionowanej praktyki. W zmienionym zawiadomieniu nie ma żadnej informacji, która nawet pośrednio wskazywałaby, że konsument ma prawo do bezkosztowego odstąpienia od umowy. Spółka powołuje się w nim za to w sposób wybiórczy na art. 17 u.u.t., stwierdzając jedynie, iż przyznaje on organizatorowi prawo do podwyższenia ceny imprezy turystycznej z powodu wzrostu kosztów transportu i/lub kursów walut. Ponadto, Spółka w sposób jednoznaczny prosi konsumentów o stawienie się w jej biurze celem uiszczenia dopłaty. Z informacji posiadanych przez Prezesa Urzędu wynika ponadto, iż Spółka w dalszym ciągu stosuje przedmiotową praktykę.

---

odmowa wydania paszportu brak wizy, brak dokumentów upoważniających do przekroczenia granicy, choroba, sprawy rodzinne, niemożność otrzymania urlopu) Organizator, z zastrz. Pkt 3, 7, 8, 9 dokonuje następujących potrąceń od osoby w celu pokrycia kosztów poniesionych przez Organizatora w związku z przygotowaniem imprezy, w wysokości ustalonej w formie ryczałtu:

a. na 45 lub więcej dni przed datą wyjazdu potrąca się 10% ceny imprezy,
b. w terminie 44-31 dni przed datą wyjazdu potrąca się 20% ceny imprezy,
c. w terminie 30-15 dni przed datą wyjazdu potrąca się 50% ceny imprezy,
d. w terminie 14-7 dni przed datą wyjazdu potrąca się 80% ceny imprezy,
e. w terminie 6-1 dnia przed datą wyjazdu oraz w dniu wyjazdu potrąca się 90% ceny imprezy.

Wysokości wskazanych powyżej potrąceń są kosztami szacunkowymi ustalanymi w oparciu o standardowe koszty imprezy. W razie zaistnienia różnicy pomiędzy kwota potrącenia, a kosztami rzeczywiście poniesionymi przez Organizatora, Organizator dokona w oparciu o własną dokumentację weryfikacji kosztów rzeczywiście poniesionych w indywidualnym przypadku oraz zwrotu stosownej kwoty. Zwrot różnicy dokonuje siew miejscu podpisania Umowy lub na wskazany przez Klienta numer rachunku bankowego.

[8] Patrz s. 7-8 decyzji.

[9] Spółka wyraziła je w piśmie dnia 2 października 2008 r. Patrz s. 5 decyzji.

- dowód: pismo konsumenta z dnia 10 lutego 2009 r.

Powyższego stanu rzeczy nie zmienia również pismo Spółki z dnia 5 maja 2009 r. Spółka nie wykazała w nim bowiem w sposób jednoznaczny zaniechania ww. praktyki, ograniczając się do zadeklarowania, iż nie będzie ona umieszczać w zawiadomieniu o podwyżce informacji o braku możliwości bezkosztowego odstąpienia od umowy. W żadnym z ww. pism Spółka nie stwierdziła, że w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy z powodu wzrostu ceny nie będzie obciążać go kosztami rezygnacji z imprezy turystycznej.

Mając na uwadze powyższe okoliczności należy stwierdzić, iż powyższe zachowanie Spółki narusza art. 14 ust. 6 pkt 2 w zw. z art. 17 ust. 1 pkt 1 u.u.t.

2.3. Rozstrzygnięcie w pkt. I.2 sentencji decyzji.

Niniejsze postępowanie zostało wszczęte m.in. pod zarzutem podwyższania przez Spółkę ceny imprezy turystycznej po zawarciu z konsumentem umowy o świadczenie usług turystycznych z uwagi na wzrost kosztów transportu bez udokumentowania konsumentowi, iż wpływ na podwyższenie ceny miała ta okoliczność.

Przedmiotowa problematyka została uregulowana przez ustawodawcę w art. 17 ust. 1 pkt 1 u.u.t. Przepis art. 17 ust. 1 u.u.t. stanowi, że *cena ustalona w umowie nie może być podwyższona, chyba że umowa wyraźnie przewiduje możliwość podwyższenia ceny, a organizator turystyki udokumentuje wpływ na podwyższenie ceny jednej z następujących okoliczności:*

1) *wzrostu kosztów transportu;*
2) *wzrostu opłat urzędowych, podatków lub opłat należnych za takie usługi, jak lotniskowe, załadunkowe lub przeładunkowe w portach morskich i lotniczych;*
3) *wzrostu kursów walut.*

Tak jak wskazano w pkt. I.2.2. uzasadnienia decyzji przepis art. 17 ust. 1 u.u.t. wprowadza generalny zakaz podwyższania ceny imprezy turystycznej po zawarciu umowy z konsumentem. Wyjątkowo, pod pewnymi ściśle określonymi przez ustawodawcę warunkami organizator turystyki może podwyższyć cenę imprezy turystycznej. Jednym z nich jest obowiązek udokumentowania przez organizatora turystyki, iż taka wyjątkowa okoliczność (w tym przypadku wzrost kosztów transportu) rzeczywiście miała miejsce oraz że miała ona realny wpływ na ustaloną w umowie cenę. Obowiązek udokumentowania ww. okoliczności oznacza więc, iż do jego spełnienia nie wystarczy jedynie przekazanie konsumentowi informacji o podwyższeniu ceny, lecz udowodnienie ich zaistnienia. Z uwagi bowiem na fakt, iż jest to wyjątek od generalnej zasady zakazu zmiany ceny po zawarciu umowy z konsumentem, nie może być on interpretowany rozszerzająco. Ponadto, w przypadku umów z udziałem konsumentów, istnieje bezwzględny obowiązek udzielania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji. Organizator turystyki powinien więc położyć szczególny nacisk na to by wykazać ww. okoliczności w sposób precyzyjny i rzetelny, tak by nie pozostawić żadnych wątpliwości co do konieczności i zgodności z prawem takiej zmiany.

Mając powyższe na uwadze, w przypadku gdy organizator turystyki korzystając ze swojego uprawnienia, podwyższa cenę imprezy turystycznej z powodu wzrostu kosztów transportu, powinien jednocześnie, bez konieczności wzywania go przez konsumenta, w sposób jednoznaczny przedstawić mu w jakim stopniu taki wzrost kosztów transportu miał wpływ na cenę imprezy turystycznej określoną w zawartej przez konsumenta umowie. Przykładowo, jeżeli organizator turystyki, uzasadnia wzrost kosztów transportu podwyższeniem ceny za miejsce w samolocie przez swojego kontrahenta – przewoźnika lotniczego, takim udokumentowaniem w rozumieniu art. 17 ust. 1 u.u.t. byłoby dołączenie do wysyłanego konsumentowi zawiadomienia o podwyżce kopii odpowiedniego dokumentu

otrzymanego od przewoźnika, potwierdzającego podwyżkę wraz ze szczegółową kalkulacją i objaśnieniem jaka była cena pierwotna określona w umowie pomiędzy przewoźnikiem, a konsumentem za miejsce w samolocie, o jaką kwotę przewoźnik podwyższył tą cenę i w konsekwencji o jaką kwotę ulega podwyższeniu cena imprezy turystycznej.

Wymaga podkreślenia, iż ciężar dowodu spoczywa w tym przypadku po stronie organizatora turystyki tzn. bez spełnienia ww. warunku nie ma on prawa dokonać jakiejkolwiek podwyżki ceny imprezy turystycznej.

W przedmiotowym stanie faktycznym, Spółka podwyższając cenę imprezy turystycznej po zawarciu umowy z konsumentem, przesyła im zbiorczą informację o podwyżce[10]. W piśmie tym Spółka wskazuje wysokość podwyżki i uzasadnia ją podniesieniem cen przelotów przez jej kontrahenta – przewoźnika lotniczego. Spółka tłumaczy w ww. zawiadomieniu, że otrzymała w tej sprawie od przewoźnika stosowne pismo. Spółka nie przedstawia jednak konsumentowi jakichkolwiek dowodów potwierdzających tę okoliczność. Konsument nie może więc w żaden sposób skonfrontować informacji przekazanych przez Spółkę w zawiadomieniu o podwyżce z rzeczywistym stanem rzeczy tj. czy Spółka faktycznie otrzymała pismo o podwyżce od swojego kontrahenta, a jeśli tak to czy wysokość tej podwyżki odpowiada podwyższeniu ceny imprezy turystycznej dokonanemu przez Spółkę i czy miała ona wpływ na fakt podwyższenia ceny. Nieprzedstawienie przez Spółkę odpowiednich dowodów np. w postaci kopii odpowiednich pism przewoźnika powoduje, że konsument nie ma pewności, co do zasadności takiej podwyżki.

W kontekście powoływania się przez Spółkę w kierowanym do konsumentów zawiadomieniu o podwyższeniu ceny imprezy turystycznej na podniesienie ceny za miejsce w samolocie przez przewoźnika lotniczego – kontrahenta Spółki, drugorzędne znaczenie mają zawarte w tym zawiadomieniu wyjaśnienia Spółki na temat wzrostu cen paliwa lotniczego na rynkach światowych czy też wzrost kursów walut. Spółka nie dokonuje bowiem bezpośrednio zakupu paliwa lotniczego, a jedynie nabywa od przewoźnika lotniczego określony kontyngent miejsc w samolotach. Są to więc czynniki, które w tym konkretnym stanie faktycznym nie powinny być brane pod uwagę, w szczególności jako mające czynić zadość wymogowi określonemu w art. w art. 17 ust. 1 u.u.t.

Spółka powinna natomiast wykazać konsumentowi, że na podwyższenie ceny imprezy turystycznej wpływ miał wzrost kosztów transportu polegający na podniesieniu ceny za miejsca w samolotach przez przewoźnika lotniczego. To bowiem na tę okoliczność powołuje się Spółka w zawiadomieniu przesyłanym konsumentom.

Niedochowanie ww. wymogu może być zakwalifikowane jako naruszenie przez Spółkę ustawowego obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

W toku niniejszego postępowania, w piśmie z dnia 5 maja 2009 r. Spółka co prawda zweryfikowała swoje dotychczasowe stanowisko[11] i oświadczyła, że w przypadku dokonywania zmiany cen imprez turystycznych będzie dołączać do zawiadomienia kopię dokumentu o podwyżce cen za miejsca w samolotach otrzymanego od przewoźnika lotniczego, jednakże nie przedstawiła żadnych dowodów potwierdzających zaniechanie przedmiotowej praktyki.

Mając na uwadze powyższe okoliczności, należy stwierdzić, iż powyższe zachowanie Spółki narusza art. 17 ust. 1 pkt 1 u.u.t.

2.4. Rozstrzygnięcie w pkt. II sentencji decyzji.

[10] Patrz s. 8-10 decyzji.
[11] Patrz s. 6 decyzji.

Niniejsze postępowanie zostało wszczęte m.in. pod zarzutem nieumieszczania przez Spółkę w umowach o świadczenie usług turystycznych *Zgłoszenie – umowa udziału w imprezie* informacji o godzinie wyjazdu i powrotu z imprezy turystycznej.

Zgodnie z art. 14 ust. 2 pkt 4 a) u.u.t. umowa o świadczenie usług turystycznych polegających na organizowaniu imprez turystycznych powinna określać m.in. datę, godzinę wyjazdu i planowanego powrotu.

Wprowadzony przez ustawodawcę wymóg podawania w umowie o świadczenie usług turystycznych polegających na organizowaniu imprez turystycznych godzin wyjazdu i powrotu ma bardzo duże znaczenie praktyczne z uwagi na fakt, iż godziny te w zdecydowanej większości przypadków wyznaczają moment rozpoczęcia i zakończenia imprezy turystycznej. Konsument w chwili podpisywania umowy z organizatorem turystyki ma dzięki temu dokładną informację na temat czasu trwania imprezy turystycznej. Jest to szczególnie ważne w przypadku krótkich (kilkudniowych) imprez turystycznych, w odniesieniu do których późniejsze (po zawarciu umowy) podanie godzin wyjazdu i powrotu może powodować, że impreza turystyczna straci dla konsumenta swą atrakcyjność. Przykładowo, w przypadku imprezy oferowanej jako siedmiodniowa, ustalenie późnych godzin jej rozpoczęcia oraz bardzo wczesnych godzin jej zakończenia powoduje, że impreza taka ulega *de facto* skróceniu o dwa dni, o czym konsument dowiaduje się dopiero po zawarciu umowy. Podanie natomiast tych informacji w umowie umożliwiłoby konsumentowi dokładne zapoznanie się z tym warunkiem umowy przed jej zawarciem, a następnie świadome podjęcie decyzji, co do związania się bądź nie taką umową. Dlatego też, niedochowanie przez organizatora turystyki ww. wymogu może być zakwalifikowane jako naruszenie ustawowego obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji.

Wskazanie przedmiotowych informacji w umowie o świadczenie usług turystycznych jest ponadto istotne z punktu widzenia dochodzenia przez konsumenta ewentualnych roszczeń z tytułu zmiany przez organizatora turystyki czasu trwania imprezy turystycznej. Brak takich informacji realnie utrudnia konsumentowi skorzystanie z takiego uprawnienia.

W przedmiotowym stanie faktycznym, Spółka ustalając w umowie czas trwania imprezy turystycznej ograniczała się jedynie do podania daty jej rozpoczęcia i zakończenia tj. dnia, miesiąca i roku. Informacje o godzinie wyjazdu i planowanego powrotu Spółka podawała konsumentom w późniejszym terminie po zawarciu umowy.

Mając powyższe na uwadze należy stwierdzić, iż opisane zachowanie Spółki naruszało art. 14 ust. 2 pkt 4 a) u.u.t.

W piśmie z dnia 5 maja 2009 r. Spółka oświadczyła, że zaniechała przedmiotowej praktyki i w chwili obecnej zamieszcza w stosowanych przez siebie umowach o świadczenie usług turystycznych polegających na organizowaniu imprez turystycznych informacje o godzinie wyjazdu i planowanego powrotu. Jako dowód Spółka przedstawiła aktualny wzorzec umowy *Zgłoszenie – umowa udziału w imprezie*, który zawiera przedmiotowe informacje.

- dowód: *wzór umowy „Zgłoszenie – umowa udziału w imprezie”*

W kontekście ww. okoliczności Prezes Urzędu odniósł datę zaniechania ww. praktyki do momentu deklaracji Spółki dotyczącej zaniechania praktyki (pismo z dnia 5 maja 2009 r.). Należy więc stwierdzić, iż Spółka zaniechała stosowania ww. praktyki z dniem 5 maja 2009 r.

3.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich

konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. W jednym z orzeczeń Sąd Najwyższy stwierdził, iż *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczbie potencjalnych konsumentów.*[12]

W innym wyroku Sąd Najwyższy pokreślił, iż gramatyczna wykładnia pojęcia „zbiorowego interesu konsumentów" prowadzi do wniosku, że chodzi o zachowanie przedsiębiorcy, które godzi w interesy grupy osób stanowiących określony zbiór. Rezultaty tej wykładni modyfikuje zastrzeżenie, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma interesów indywidualnych. Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, że przy konstruowaniu pojęcia zbiorowego interesu konsumentów nie można opierać się tylko i wyłącznie na tym, czy oceniana praktyka przedsiębiorcy skierowana jest do „*nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów*". Wystarczające powinno być w jego ocenie ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów), wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów, za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Sąd Najwyższy orzekł też, że „*praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest (...) takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy*[13]".

W omawianym przypadku naruszenie przejawia się w uniemożliwieniu konsumentom bezkosztowego odstąpienia od umowy w przypadku podwyższenia przez Spółkę ceny imprezy turystycznej, podwyższaniu ceny imprezy turystycznej z uwagi na wzrost kosztów transportu bez udokumentowania konsumentowi, iż wpływ na podwyższenie ceny miała ta okoliczność oraz nieumieszczaniu w umowach o świadczenie usług turystycznych informacji o godzinie wyjazdu i powrotu z imprezy. Takie praktyki Spółki zostały uznane przez Prezesa Urzędu za bezprawne.

Dla stwierdzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (chociażby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec określonej zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu. W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Prezes Urzędu podejmując rozstrzygnięcie zawarte w niniejszej decyzji nie opierał się zatem na indywidualnych przypadkach przedstawianych przez konsumentów, a wziął pod uwagę działania Spółki odnoszące się do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a więc pewnej, potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów.

[12] Wyrok z dnia 12 września 2003 r., sygn. akt I CKN 504/01.
[13] Wyrok z dnia 10 kwietnia 2008r., sygn. akt III SK 27/07.

Zbiorowy interes realizuje się poprzez fakt, iż oceniane zachowania przedsiębiorcy dotyczą nieoznaczonego kręgu najsłabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. Dotyczą one wszystkich tych osób, które zawarły ze Spółką umowy o świadczenie usług turystycznych oraz wszystkich jej potencjalnych klientów. Działania te stanowią zakazane prawem praktyki, gdyż są podejmowane lub mogą być podejmowane w sposób powtarzalny. Bezprawne działania Spółki odnosiły się zatem do zbiorowości tych konsumentów, dla których skutek w ww. postaci był wspólny. Rozstrzygnięcie podejmowane w niniejszej sprawie w ramach realizacji interesu publicznego nie dotyczy więc sytuacji pojedynczych konsumentów, lecz służy przeciwdziałaniu zaburzeniom występującym na rynku, w rozumieniu negatywnych zjawisk naruszających jego prawidłowe funkcjonowanie. Podejmowane przez Prezesa Urzędu działania mają przeciwdziałać tak rozumianym dysfunkcjom rynkowym także poprzez kształtowanie właściwych postaw rynkowych, wyznaczając wymagane i oczekiwane standardy zachowań uczestników rynku.

Mając na uwadze powyższe okoliczności tj. wykazanie bezprawności działań Spółki oraz naruszenia przez nią zbiorowych interesów konsumentów, należy stwierdzić, iż doszło w tym przypadku do stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 i 24 ust. 2 pkt 2 uokik.

II. Rozstrzygnięcie w pkt. III sentencji decyzji. Nałożenie kary pieniężnej.

W punkcie III sentencji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę karę pieniężną w wysokości 4.231.179 zł w tym:

1. 1.813.363 zł z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w 24 ust. 2 uokik, w zakresie opisanym w pkt. I.1 sentencji niniejszej decyzji.
2. 1.208.908 zł z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w 24 ust. 2 pkt 2 uokk, w zakresie opisanym w pkt. I.2 sentencji niniejszej decyzji.
3. 1.208.908 zł z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w 24 ust. 2 pkt 2 uokik, w zakresie opisanym w pkt. II sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z treścią art. 106 ust. 1 pkt 4) uokik, organ antymonopolowy może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 tejże ustawy.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie zawiera zamkniętego katalogu przesłanek, od których uzależniana jest wysokość nakładanych na przedsiębiorców kar. Norma prawna wynikająca z art. 111 uokik stanowi jedynie, iż przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, o których mowa między innymi w art. 106 należy uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy przy czym – stosownie do art. 130 uokik – przy ustalaniu wysokości kary pieniężnej, o którym mowa w art. 111 uokik, uwzględnia się również okoliczność naruszenia przepisów ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080 z późn. zm.).

Wskazać również należy, że kara pieniężna może być nałożona na przedsiębiorcę niezależnie od tego, czy dopuścił się naruszenia przepisów ustawy umyślnie, czy też nieumyślnie. Nałożona przez organ antymonopolowy kara powinna ponadto pełnić funkcję represyjną (tj. stanowić dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów), a także prewencyjną, dyscyplinującą (tj. zapobiegać podobnym naruszeniom

w przyszłości). W zależności od stopnia naruszenia przepisów ustawy, ustala się funkcję prewencyjną lub represyjną za wiodącą.

W punkcie I.1 i I.2 sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu stwierdził stosowanie, zaś w pkt. II zaniechanie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o jakich mowa w art. 24 ust. 2 i ust. 2 pkt 2 uokik, co daje podstawy do nałożenia na Spółkę kary pieniężnej określonej w art. 106 ust. 1 pkt 4) uokik. Ponieważ w 2008 roku Spółka uzyskała przychód w wysokości (…), maksymalna kara pieniężna, jaka może zostać nałożona na przedsiębiorcę w oparciu o ww. przepis wynosi (…). Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonych praktyk. W powyższym kontekście wzięto pod uwagę, iż stosowane przez Spółkę naruszenia zbiorowych interesów konsumentów mają miejsce zarówno na etapie zawierania umowy (niepodawanie w umowach o świadczenie usług turystycznych wymaganych przez przepisy u.u.t. informacji o godzinie wyjazdu i planowanego powrotu z imprezy turystycznej), jak i na etapie wykonywania umowy (podwyższanie cen imprez turystycznych z uwagi na wzrost kosztów transportu bez umożliwienia konsumentom bezkosztowego odstąpienia od umowy, podwyższanie cen imprez turystycznych z uwagi na wzrost kosztów transportu bez udokumentowania konsumentowi, iż wpływa na podwyższenie ceny miała właśnie ta okoliczność). Następnie Prezes Urzędu rozważył czy w niniejszej sprawie wystąpiły przesłanki łagodzące i obciążające, które mogłyby wpłynąć na ostateczną wysokość kary.

Ad. 1.

W niniejszej sprawie za naruszenie zakazu określonego w pkt I. 1 sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu nałożył na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości 1.813.363 zł, co stanowi (…) % przychodu osiągniętego w 2008 roku. Podstawą obliczenia wysokości kary jest przychód przedsiębiorcy osiągnięty w roku poprzedzającym rok nałożenia kary tj. kwota (…).

Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonej praktyki. Należy przyjąć, iż naruszenie występuje na etapie wykonywania umowy i polega na uniemożliwieniu konsumentom bezkosztowego odstąpienia od umowy w sytuacji, gdy Spółka podwyższa cenę imprezy turystycznej w stosunku do ustalonej w umowie. Istotą tego naruszenia jest więc zachowanie Spółki polegające na wykorzystaniu przewagi wynikającej z zawarcia kontraktu poprzez zniekształcenie wynikających z porządku prawnego praw i obowiązków stron kontraktu. Na tym etapie konsument znajduje się więc w swoistej „pułapce” wynikającej z zawartego już kontraktu, która całkowicie uniemożliwia swobodne podejmowanie decyzji. Duże znaczenie ma w tym przypadku specyfika tego naruszenia oraz sytuacji faktycznej, w jakiej znajdują się konsumenci, w stosunku do których praktyka ta ma zastosowanie. Spółka stosuje ją w odniesieniu do osób, którzy w niedługim czasie mieli skorzystać z wykupionej imprezy turystycznej. Są to najczęściej osoby, które z takiej imprezy turystycznej korzystają podczas dużo wcześniej zaplanowanego urlopu. Impreza taka jest wiec w tym przypadku okazją do wypoczynku zarówno fizycznego jak i psychicznego od pracy zawodowej lub innych codziennych obowiązków życiowych. Dlatego też, właśnie z uwagi na tą specyfikę sytuacji procedura podwyższania ceny powinna być przeprowadzana przez organizatora turystyki w sposób jak najbardziej transparentny i wyważony, który ograniczyłby związane z tym negatywne emocje konsumentów do niezbędnego minimum. Tymczasem w przedmiotowym stanie faktycznym, nie dosyć, iż zostają oni narażeni przez Spółkę na dodatkowe utrudnienia związane z podwyższeniem ceny, to dodatkowo otrzymują niezgodną z obowiązującym stanem prawnym informację, iż odstąpienie od umowy będzie wiązało się z poniesieniem

określonych kosztów. Zostają oni więc pozbawieni jednego z podstawowych uprawnień przysługujących im w takiej sytuacji tj. prawa do bezkosztowego odstąpienia od umowy. W ten sposób Spółka wykorzystuje „przymusowe" położenie takich osób. Konsumenci dostając bowiem od Spółki informację o podwyżce, nie chcąc tracić długo oczekiwanego i planowanego urlopu uiszczają dopłatę bezwzględnie wymaganą przez Spółkę.

Należy podkreślić, iż na przedsiębiorcy jako na profesjonaliście prowadzącym działalność gospodarczą polegającą na zawieraniu umów z konsumentami, ciąży szczególny obowiązek działania zgodnie z obowiązującymi normami prawa i dobrymi obyczajami.

Oceniając wagę naruszenia Prezes Urzędu miał również na względzie długi czas stosowania przez Spółkę kwestionowanej praktyki. Z posiadanych przez Prezesa Urzędu informacji (skargi konsumenckie) wynika, iż praktyka ta trwa co najmniej od kwietnia 2008 r.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż natura naruszenia uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu kary pieniężnej na poziomie (…) % przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2008 r. Kwota uzyskana w wyniku przeprowadzonych obliczeń stanowi tzw. kwotę bazową, która wynosi 1.511.136 zł.

Znaczący wpływ na ustalenie wysokości kary miała okoliczność obciążająca w postaci znacznego zasięgu terytorialnego naruszenia. Wymaga podkreślenia, iż działalność Spółki ma charakter ogólnopolski, a przedmiotowa praktyka dotyczy wszystkich konsumentów, którym Spółka podwyższyła cenę imprezy turystycznej z uwagi na wzrost kosztów transportu. Dlatego też wskazanie ww. okoliczności obciążającej spowodowało podwyższenie kary o 20% tj. o kwotę 302.227 zł

Zdaniem Prezesa Urzędu, tak określona kara spełni zarówno rolę represyjną jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Z posiadanych przez Prezesa Urzędu informacji wynika bowiem, iż podwyższanie cen imprez turystycznych po zawarciu z konsumentem umowy jest praktyką stosowaną przez dużą część biur podróży oferujących swe usługi na rynku polskim. Istotne jest więc, by w razie konieczności stosowania takiego zabiegu, odbywało się to zgodnie z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa. Dlatego też, nie bez znaczenia jest walor wychowawczy przedmiotowej kary, w tym wymiar ogólny, odstraszający innych przedsiębiorców działających w tej samej co Spółka branży przed podobnym naruszaniem interesów konsumentów.

Biorąc pod uwagę powyższe, kara pieniężna nałożona w tym zakresie na przedsiębiorcę jest adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów uokik stwierdzonych w pkt I.1 sentencji decyzji.

Ad. 2.

W niniejszej sprawie za naruszenie zakazu określonego w pkt I. 2 sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu nałożył na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości 1.208.908 zł, co stanowi (…) % przychodu osiągniętego w 2008 roku. Podstawą obliczenia wysokości kary jest przychód przedsiębiorcy osiągnięty w roku poprzedzającym rok nałożenia kary tj. kwota (…).

Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonej praktyki. Należy przyjąć, iż naruszenie występuje na etapie wykonywania umowy i polega na podwyższaniu ceny imprezy turystycznej po zawarciu z konsumentem umowy o świadczenie usług turystycznych z uwagi na wzrost kosztów transportu bez udokumentowania konsumentowi, iż wpływ na podwyższenie ceny miała ta okoliczność. Aktualność zachowuje charakterystyka tego typu naruszenia przedstawiona w pkt. II.1 uzasadnienia decyzji. Bardzo podobna jest również specyfika sytuacji faktycznej, w jakiej znajdują się konsumenci dotknięci przedmiotowym naruszeniem. Są to osoby, które spełniły w stosunku do Spółki swoje zobowiązanie w postaci zapłaty ceny imprezy

turystycznej i oczekują na wykonanie przez Spółkę swojego świadczenia w postaci imprezy turystycznej. Tak jak zaznaczono w pkt. II.1. uzasadnienia decyzji są to w głównej mierze osoby, które z takiej imprezy turystycznej korzystają podczas dużo wcześniej zaplanowanego urlopu. Impreza taka jest dla nich okazją do wypoczynku od pracy zawodowej lub innych codziennych obowiązków życiowych. Dlatego też, właśnie z uwagi na tą specyfikę sytuacji procedura podwyższania ceny powinna być przeprowadzana przez organizatora turystyki w sposób jak najbardziej transparentny i wyważony, który ograniczyłby związane z tym negatywne emocje konsumentów do niezbędnego minimum. Tymczasem Spółka wbrew obowiązkowi nałożonemu na nią przez przepisy u.u.t. podwyższając cenę imprezy turystycznej w żaden sposób nie dokumentuje, iż podwyżka ta spowodowana jest wzrostem kosztów transportu. Na krótki czas przed planowanym rozpoczęciem imprezy turystycznej konsumenci zostają więc postawieni nie tylko przed faktem jednostronnej zmiany umowy, ale zostają ponadto pozbawieni prawa do otrzymania rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji na temat przyczyn takiej zmiany.

Należy podkreślić, iż na przedsiębiorcy jako na profesjonaliście prowadzącym działalność gospodarczą polegającą na zawieraniu umów z konsumentami, ciąży szczególny obowiązek działania zgodnie z obowiązującymi normami prawa i dobrymi obyczajami.

Oceniając wagę naruszenia Prezes Urzędu miał również na względzie długi czas stosowania przez Spółkę kwestionowanej praktyki. Z posiadanych przez Prezesa Urzędu informacji (skargi konsumenckie) wynika, iż praktyka ta trwa co najmniej od kwietnia 2008 r.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż natura naruszenia uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu kary pieniężnej na poziomie (…) % przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2008 r. Kwota uzyskana w wyniku przeprowadzonych obliczeń stanowi tzw. kwotę bazową, która wynosi 1.007.424 zł.

Znaczący wpływ na ustalenie wysokości kary miała okoliczność obciążająca w postaci znacznego zasięgu terytorialnego naruszenia. Wymaga podkreślenia, iż działalność Spółki ma charakter ogólnopolski, a przedmiotowa praktyka dotyczy wszystkich konsumentów, którym Spółka podwyższyła cenę imprezy turystycznej z uwagi na wzrost kosztów transportu. Dlatego też wskazanie ww. okoliczności obciążającej spowodowało podwyższenie kary o 20% tj. o kwotę 201.484 zł.

Zdaniem Prezesa Urzędu, tak określona kara spełni zarówno rolę represyjną jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Z posiadanych przez Prezesa Urzędu informacji wynika bowiem, iż podwyższanie cen imprez turystycznych po zawarciu z konsumentem umowy jest praktyką stosowaną przez dużą część biur podróży oferujących swe usługi na rynku polskim. Istotne jest więc, by w razie konieczności stosowania takiego zabiegu, odbywało się to zgodnie z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa. Dlatego też, nie bez znaczenia jest walor wychowawczy przedmiotowej kary, w tym wymiar ogólny, odstraszający innych przedsiębiorców działających w tej samej co Spółka branży przed podobnym naruszaniem interesów konsumentów.

Biorąc pod uwagę powyższe, kara pieniężna nałożona w tym zakresie na przedsiębiorcę jest adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów uokik stwierdzonych w pkt. I.2 sentencji decyzji.

Ad. 3.

W niniejszej sprawie za naruszenie zakazu określonego w pkt II sentencji niniejszej decyzji Prezes Urzędu nałożył na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości 1.208.908 zł, co stanowi (…) % przychodu osiągniętego w 2008 roku. Podstawą obliczenia wysokości kary

jest przychód przedsiębiorcy osiągnięty w roku poprzedzającym rok nałożenia kary tj. kwota (…).

Ustalając wymiar kary pieniężnej Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi stwierdzonej praktyki. Należy przyjąć, iż naruszenie nastąpiło na etapie zawierania umowy i polegało na nieumieszczaniu w umowach o świadczenie usług turystycznych informacji o godzinie wyjazdu i powrotu z imprezy turystycznej. Istotą tego rodzaju naruszenia jest więc zachowanie Spółki wobec konsumenta wyrażającego zamiar zawarcia umowy, które polega na naruszeniu przepisów prawa i w konsekwencji negatywnie wpływa na treść umowy. Tak jak podkreślono w pkt. I.2.4. uzasadnienia decyzji, brak w umowie przedmiotowych informacji wprowadza po stronie konsumenta znaczący element niepewności, co do istotnego elementu umowy jakim jest czas trwania imprezy turystycznej. Spółka naruszała więc obowiązek udzielania konsumentom rzetelnej prawdziwej i pełnej informacji. Sytuacja taka realnie utrudniała w konsekwencji dochodzenie roszczeń związanych ze zmianą czasu trwania takiej imprezy.

Należy podkreślić, iż na przedsiębiorcy jako na profesjonaliście prowadzącym działalność gospodarczą polegającą na zawieraniu umów z konsumentami, ciąży szczególny obowiązek działania zgodnie z obowiązującymi normami prawa i dobrymi obyczajami.

Oceniając wagę naruszenia Prezes Urzędu miał również na względzie bardzo długi czas stosowania przez Spółkę kwestionowanej praktyki. Z posiadanych przez Prezesa Urzędu informacji wynika, iż praktyka trwała co najmniej od grudnia 2007 r. do 5 maja 2009 r.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż natura naruszenia uzasadnia ustalenie wyjściowego poziomu kary pieniężnej na poziomie (…) % przychodu uzyskanego przez Spółkę w 2008 r. Kwota uzyskana w wyniku przeprowadzonych obliczeń stanowi tzw. kwotę bazową, która wynosi 1.007.424 zł.

Znaczący wpływ na ustalenie wysokości kary miała okoliczność obciążająca w postaci znacznego zasięgu terytorialnego naruszenia. Wymaga podkreślenia, iż działalność Spółki ma charakter ogólnopolski, a przedmiotowa praktyka dotyczyła wszystkich konsumentów, z którymi Spółka zawierała umowy o świadczenie usług turystycznych polegające na organizowaniu imprez turystycznych. Dlatego też wskazanie ww. okoliczności obciążającej spowodowało podwyższenie kary o 20% tj. o kwotę 201.484 zł.

Zdaniem Prezesa Urzędu, tak określona kara spełni zarówno rolę represyjną jako sankcja i dolegliwość za naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jak i prewencyjną, zapobiegającą ponownemu ich naruszeniu. Nie bez znaczenia jest walor wychowawczy przedmiotowej kary, w tym wymiar ogólny, odstraszający innych przedsiębiorców działających w tej samej co Spółka branży przed podobnym naruszaniem interesów konsumentów.

Biorąc pod uwagę powyższe, kara pieniężna nałożona w tym zakresie na przedsiębiorcę jest adekwatna do okresu, stopnia oraz okoliczności naruszenia przepisów uokik stwierdzonych w pkt. II sentencji decyzji.

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

Zgodnie z treścią art. 112 ust. 3 uokik określoną wyżej karę pieniężną należy wpłacić, w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji, na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP O/O Warszawa 51101010100078782231000000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479^{28} § 2 Kpc – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony

Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Otrzymuje:
Triada S.A.
ul. Nowogrodzka 42
00-695 Warszawa

reprezentowana przez:

Pana Eryka Bogdasa
Osiedle Kazimierza Wielkiego nr 48
62-200 Gniezno