PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
TOMASZ CHRÓSTNY

Kraków, 29 grudnia 2022 r.

RKR.610.4.2022.AB

DECYZJA NR RKR-4/2022

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2021 r. poz. 275), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez APCOA Parking Polska spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, uznaje za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie polegające na:

1. rozpowszechnianiu na stronie internetowej należącej do APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie oraz na wystawianych „Wezwaniach do wniesienia opłaty dodatkowej" nieprawdziwej informacji o tym, że konsument może złożyć reklamację dotyczącą „Wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej" jedynie na formularzu zamieszczonym na stronie internetowej należącej do APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie lub przez wysłanie listu na adres siedziby APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, która to praktyka wprowadza konsumentów w błąd co do możliwości złożenia reklamacji tylko dwoma wskazanymi przez APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie kanałami,

   co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 5 ust. 3 pkt 4 *ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*,

   i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 2 września 2022 r.

2. zamieszczaniu w pismach zawierających odmowę uwzględnienia reklamacji dotyczących „Wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej" nieprawdziwej informacji, iż w sytuacji nieuiszczenia opłaty parkingowej w wyznaczonym terminie konsument zostanie dodatkowo obciążony kosztami pozyskania danych właściciela pojazdu oraz kosztami postępowania egzekucyjnego i windykacji, która to praktyka wprowadza konsumentów w błąd co do nieuchronności poniesienia takich opłat,

   co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*,

   i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 22 lipca 2022 r.

3. zamieszczaniu na stronie internetowej należącej do APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, działającej pod adresem https://www.apcoa.pl/reklamacje/ postanowienia o treści: *„Reklamacje rozpatrywane są według kolejności zgłoszeń, w miarę możliwości w terminie do 30 dni. Termin ten może ulec wydłużeniu w przypadku dużej ilości zgłoszeń”*,

   która to praktyka jest sprzeczna z art. 7a ust. 2 w zw. z art. 7a ust. 1 w zw. z art. 7 *ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta* (Dz. U. z 2020 r. poz. 287) oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*,

   i stwierdza zaniechanie jej stosowania z dniem 4 sierpnia 2022 r.

II. Na podstawie art. 27 ust. 4 w zw. z art. 26 ust. 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie obowiązek usunięcia trwających skutków naruszeń zbiorowych interesów konsumentów opisanych w punkcie I sentencji niniejszej decyzji w postaci:

1. skierowania do konsumentów, którzy od 2 października 2020 r. złożyli do APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie reklamację w związku z otrzymanym „Wezwaniem do uiszczenia opłaty dodatkowej”, na piśmie, listem zwykłym lub, w przypadku posiadania adresu e-mail, pocztą elektroniczną (w przypadku dostarczenia informacji tym kanałem konieczne będzie także nadanie tytułu wiadomości e-mail: „Decyzja Prezesa UOKiK - informacje dla klientów”), w terminie 3 (trzech) miesięcy od daty uprawomocnienia się decyzji, informacji o wydaniu przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów niniejszej decyzji nr RKR-4/2022 z 29 grudnia 2022 r. o treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w decyzji nr RKR-4/2022 z dnia 29 grudnia 2022 r., uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie polegające na:

a) rozpowszechnianiu na stronie internetowej należącej do APCOA oraz na wystawianych „Wezwaniach do wniesienia opłaty dodatkowej” nieprawdziwej informacji o tym, że konsument może złożyć reklamację dotyczącą „Wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej” jedynie na formularzu zamieszczonym na stronie internetowej należącej do APCOA lub przez wysłanie listu na adres siedziby APCOA, co wprowadzało konsumentów w błąd co do możliwości złożenia reklamacji tylko dwoma wskazanymi przez APCOA kanałami oraz godziło w zbiorowe interesy konsumentów;

b) zamieszczaniu w pismach zawierających odmowę uwzględnienia reklamacji dotyczących „Wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej” nieprawdziwej informacji, iż w sytuacji nieuiszczenia opłaty parkingowej w wyznaczonym terminie konsument zostanie dodatkowo obciążony kosztami pozyskania danych właściciela pojazdu oraz kosztami postępowania egzekucyjnego i windykacji, co wprowadzało konsumentów w błąd co do nieuchronności poniesienia takich opłat oraz godziło w zbiorowe interesy konsumentów;

c) zamieszczaniu na stronie internetowej należącej do APCOA, działającej pod adresem www.apcoa.pl/reklamacje/ postanowienia o treści: „Reklamacje rozpatrywane są według kolejności zgłoszeń, w miarę możliwości w terminie do 30 dni. Termin ten może ulec wydłużeniu w przypadku dużej ilości zgłoszeń”, co było sprzeczne z art. 7a ust. 2 w zw. z art. 7a ust. 1 w zw. z art. 7 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta oraz godziło w zbiorowe interesy konsumentów.

Prawomocne decyzje Prezesa UOKiK mają charakter prejudykatu w postępowaniu sądowym. Oznacza to, że ustalenia Prezesa Urzędu co do faktu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów są dla sądu wiążące. Nie musi on w tym zakresie prowadzić własnego postępowania dowodowego. Konsumenci mogą się powołać na prawomocną decyzję Prezesa UOKiK, gdy będą chcieli dochodzić swoich praw w sądzie.

Treść decyzji nr RKR-4/2022 dostępna jest na stronie www.uokik.gov.pl.

Podpis osoby uprawnionej do reprezentacji Spółki"

2. zamieszczenia, na koszt APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, na głównej stronie internetowej Spółki (w dacie wydania decyzji jest to strona: www.apcoa.pl), nie później niż w terminie 14 (czternastu) dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji oraz utrzymywania przez okres 3 (trzech) miesięcy komunikatu o treści:

„Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzją nr RKR-4/2022 z 29 grudnia 2022 r. uznał za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów działania APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie polegające na:

a) rozpowszechnianiu na stronie internetowej należącej do APCOA oraz na wystawianych „Wezwaniach do wniesienia opłaty dodatkowej" nieprawdziwej informacji o tym, że konsument może złożyć reklamację dotyczącą „Wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej" jedynie na formularzu zamieszczonym na stronie internetowej należącej do APCOA lub przez wysłanie listu na adres siedziby APCOA, co wprowadzało konsumentów w błąd co do możliwości złożenia reklamacji tylko dwoma wskazanymi przez APCOA kanałami oraz godziło w zbiorowe interesy konsumentów;

b) zamieszczaniu w pismach zawierających odmowę uwzględnienia reklamacji dotyczących „Wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej" nieprawdziwej informacji, iż w sytuacji nieuiszczenia opłaty parkingowej w wyznaczonym terminie konsument zostanie dodatkowo obciążony kosztami pozyskania danych właściciela pojazdu oraz kosztami postępowania egzekucyjnego i windykacji, co wprowadzało konsumenta w błąd co do nieuchronności poniesienia takich opłat oraz godziło w zbiorowe interesy konsumentów;

c) zamieszczaniu na stronie internetowej należącej do APCOA, działającej pod adresem www.apcoa.pl/reklamacje/ postanowienia o treści: „Reklamacje rozpatrywane są według kolejności zgłoszeń, w miarę możliwości w terminie do 30 dni. Termin ten może ulec wydłużeniu w przypadku dużej ilości zgłoszeń", co było sprzeczne z art. 7a ust. 2 w zw. z art. 7a ust. 1 w zw. z art. 7 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta oraz godziło w zbiorowe interesy konsumentów.

Czytaj całą treść decyzji nr RKR-4/2022" (pogrubiony fragment będzie stanowić hiperłącze do treści decyzji).

Komunikat w warstwie wizualnej powinien być zamieszczony w górnej części głównej strony internetowej Spółki, sporządzony czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB #000000) ARIAL, nie mniejszą niż 11 (jedenaście) punktów, na białym tle (kod szesnastkowy RGB #ffffff), widoczny przez cały czas, gdy użytkownik jest na stronie (nie może mieć formy np. rotacyjnego banera czy slajdera), z możliwością jego zamknięcia przez użytkownika strony poprzez kliknięcie krzyżyka w prawym górnym rogu.

III. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, **nakłada na** APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie:

1. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, w zakresie opisanym w pkt. I.1. sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 293 875 zł (słownie: dwieście dziewięćdziesiąt trzy tysiące osiemset siedemdziesiąt pięć złotych)**, płatną do budżetu państwa,

2. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, w zakresie opisanym w pkt. I.2. sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 293 875 zł (słownie: dwieście dziewięćdziesiąt trzy tysiące osiemset siedemdziesiąt pięć złotych)**, płatną do budżetu państwa,

3. w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, w zakresie opisanym w pkt. I.3. sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną w wysokości 235 100 zł (słownie: dwieście trzydzieści pięć tysięcy sto złotych)**, płatną do budżetu państwa.

IV. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* oraz na podstawie art. 263 § 1, art. 263 § 2 i art. 264 § 1 *ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego* (Dz. U. z 2022 r. poz. 2000 j.t.) w zw. z art. 83 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **postanawia obciążyć** APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie **kosztami niniejszego postępowania w wysokości 50,31 zł (słownie: pięćdziesiąt złotych 31/100)** oraz zobowiązać przedsiębiorcę do ich zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w **terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji**.

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu", „Prezes UOKiK"), w związku z otrzymanymi od konsumentów sygnałami dotyczącymi praktyk stosowanych przez APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (dalej: „Spółka", „APCOA"), wszczął, postanowieniem z 5 października 2021 r., postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy w związku z zarządzaniem parkingami przez APCOA oraz zasadami korzystania z tych parkingów nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (sygn. akt: RKR.403.3.2021.AB). W ramach wskazanego postępowania Prezes UOKiK uzyskał m.in. zdjęcia oznakowania wybranych parkingów zarządzanych przez Spółkę, kopie wybranych „Wezwań do uiszczenia opłaty dodatkowej" (dalej: „Wezwanie"), kopie reklamacji składanych przez konsumentów w związku z otrzymanymi Wezwaniami oraz odpowiedzi udzielonych przez Spółkę na ww. reklamacje. Analiza zgromadzonego w toku postępowania wyjaśniającego materiału dowodowego prowadziła do wniosku, że w przedmiotowej sprawie zachodziło podejrzenie stosowania przez APCOA praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. z 2021 r. poz. 275; dalej: „okik", „ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów"). Z uwagi na powyższe, postanowieniem nr RKR-42/2022 z 15 lipca 2022 r. Prezes Urzędu wszczął przeciwko Spółce postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji.

Spółka ustosunkowała się do postawionych zarzutów pismem z 2 września 2022 r., przedstawiając swoje stanowisko. Ponadto w zakresie każdej praktyki wskazała datę jej zaniechania oraz przedstawiła projekt zobowiązania.

(dowód: k. 318-333)

W trakcie postępowania Prezes Urzędu zawiadomił Spółkę, zgodnie z art. 73 ust. 6 okik, o zaliczeniu w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu materiału zgromadzonego w toku postępowania wyjaśniającego o sygn. akt: RKR.403.3.2021.AB.

(dowód: k. 305)

Prezes UOKiK zawiadomił pełnomocnika Spółki o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy.

(dowód: k. 413)

Pełnomocnik APCOA pismem z 23 grudnia 2022 r. poinformował, że nie zamierza skorzystać z tych uprawnień.

(dowód: k. 415)

Prezes UOKiK ustalił następujący stan faktyczny

APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie została wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego (dalej: „KRS") 5 września 2002 r. pod nr. 0000129400. Zgodnie z wpisem do KRS przedmiotem przeważającej prowadzonej przez Spółkę działalności gospodarczej jest działalność usługowa wspomagająca transport lądowy.

(dowód: k. 416-423)

Zgodnie z przekazanymi przez Spółkę informacjami (pismo z 2 września 2022 r.) *„APCOA jest największą w Polsce firmą działającą w branży parkingowej, która zarządza miejscami parkingowymi w 900 obiektach w Polsce".*

(dowód: k. 322)

Spółka przekazała Prezesowi Urzędu m.in. wydruki informacji zamieszczonych na jej stronie internetowej, wydruki z systemu służącego do rozpatrywania reklamacji, przykładowe Wezwania, reklamacje ich dotyczące oraz odpowiedzi udzielone konsumentom przez APCOA.

(dowód: k. 26-207, 214-270)

Odnosząc się do przesłanych zarzutów APCOA wskazała m.in., że w zakresie praktyki określonej w pkt. I.1. sentencji decyzji jej zachowanie nie stanowiło praktyki bezprawnej. Według Spółki z uwagi na brak ustawowych przepisów szczególnych regulujących kwestię formy, w jakiej konsument powinien złożyć reklamację, zastosowanie mają przepisy Kodeksu cywilnego, jako że zgodnie z Kodeksem cywilnym wola osoby dokonującej czynności prawnej może być wyrażona przez każde zachowanie tej osoby, które ujawnia się w sposób dostateczny.

Spółka poinformowała, że formularzem zaczęła się posługiwać 1 lutego 2021 r. *„Wcześniej Spółka przyjmowała reklamacje za pośrednictwem <<zwykłego>> maila (wezwania@apcoa.pl). Taki sposób nie był jednak efektywny i nastręczał dużo trudności - zarówno konsumentom, jak i APCOA. Złożenie reklamacji za pośrednictwem poczty elektronicznej wymaga bowiem samodzielnego utworzenia dokumentu wysyłki i pamiętania o wszystkich danych umożliwiających rozpoznanie reklamacji, koniecznych do przekazania przedsiębiorcy. Bardzo często zgłoszenia w formie e-maila były niekompletne. Brak podstawowych danych powoduje konieczność dodatkowych wyjaśnień, co przedłuża postępowanie i jest kłopotliwe dla konsumenta. Także z punktu widzenia Spółki należy wskazać, że rozwiązanie takie jest mniej efektywne. Przedsiębiorca jest zmuszony agregować przyjmowane reklamacje w sposób manualny, co generuje pracę dla kilku osób. Dodatkowo w przypadku wieloosobowego składu*

Działu Reklamacji niezwykle utrudnia zachowanie ciągłości korespondencji i przekazywanie pomiędzy członkami zespołu informacji o statusie danej sprawy (np. w razie zwrócenia się do konsumenta o dodatkowe wyjaśnienia), a w związku z tym zapanowanie nad merytorycznym poziomem i terminowością udzielanych odpowiedzi, co jest priorytetem Spółki (…)".

Odnośnie do praktyki określonej w pkt. I.2. sentencji decyzji Spółka wskazała, że nie miała na celu wprowadzania konsumentów w błąd ani rozpowszechniania nieprawdziwych informacji. Intencją Spółki było poinformowanie konsumentów, że w przypadku parkowania niezgodnego z regulaminem, konieczność poniesienia dodatkowych kosztów staje się realna.

Odnosząc się do praktyki określonej w pkt. I.3. sentencji decyzji Spółka wskazała m.in., że jedynie w sekcji FAQ na stronie internetowej APCOA widniała zakwestionowana informacja. Spółka zwróciła uwagę, że sekcja FAQ jest dodatkową instrukcją postępowania, gdzie poszczególne elementy są opisane językiem prostym do przyswojenia i ma charakter pomocniczy wobec stosowanych przez przedsiębiorcę wzorców umowy.

(dowód: k. 318-330)

Spółka była w stanie podać jedynie przybliżone liczby dotyczące złożonych przez konsumentów reklamacji. I tak, w 2018 r. otrzymała około [usunięto] reklamacji, w 2019 r. - [usunięto], a w 2020 r. - [usunięto]. APCOA w piśmie z 17 grudnia 2021 r. wskazała, że *„w lutym 2021 roku APCOA wdrożyła dedykowany system rozpatrywania reklamacji, który zdecydowanie usprawnił i zautomatyzował ten proces, w szczególności w obszarze wygodnej dla Konsumentów możliwości przekazywania informacji niezbędnych do rozpoznania reklamacji (paragony, zdjęcia) oraz jej identyfikacji poprzez nadanie indywidualnego numeru każdej sprawie. Wdrożony system pozwala na tworzenie raportów z ilości złożonych reklamacji według różnych kryteriów. W okresie funkcjonowania nowego systemu tj. do 15 grudnia 2021 roku, Konsumenci złożyli* [usunięto] *reklamacji, z czego* [usunięto] *zostało rozpatrzonych pozytywnie, co stanowi ponad* [usunięto] *rozpatrzonych reklamacji na korzyść Konsumentów. W pozostałych przypadkach, Zespół ds. Reklamacji nie miał podstaw do uwzględnienia reklamacji".*

(dowód: k. 212)

W piśmie z 2 września 2022 r. APCOA złożyła wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej na podstawie art. 28 ust. 1 okik.

(dowód: k. 330-333)

Pełnomocnik Spółki poinformował, że APCOA zaniechała stosowania kwestionowanych przez Prezesa Urzędu praktyk. W odniesieniu do zarzutu określonego w pkt. I.1. pełnomocnik Spółki poinformował, że 12 sierpnia 2022 r. usunęła ona zakwestionowane informacje ze strony internetowej, a w ich miejsce wprowadziła następujące: *„Preferowanym sposobem złożenia przez Państwa reklamacji jest dedykowany formularz reklamacyjny dostępny pod adresem: https://reklamacje.apcoapolska.pl/ lub listownie na adres:* ***APCOA Parking Polska Sp. z o.o., Rondo ONZ 1, 00-124 Warszawa****. Państwa reklamacje mogą zostać wniesione za pośrednictwem każdego kanału komunikacji".* Także w Wezwaniach Spółka dokonała zmiany stosowanego pouczenia na następujące: *„Korzystający z Parkingu może w terminie 14 dni od wystawienia wezwania wnieść reklamację. Preferowanym sposobem złożenia reklamacji jest skorzystanie ze strony: www.reklamacje.apcoapolska.pl/ lub skierowanie listu na adres:* ***APCOA Parking Polska Sp. z o.o., Rondo ONZ 1, 00-124 Warszawa****. Szczegółowe informacje na: /www.apcoa.pl/reklamacje/".* Zmiany w pouczeniu Wezwania APCOA wprowadziła 2 września 2022 r.

Odnośnie do praktyki określonej w pkt. I.2. decyzji pełnomocnik Spółki poinformował, że APCOA zaniechała praktyki od 22 lipca 2022 r. Aktualne na 2 września 2022 r. pouczenie brzmi: *„Informujemy, że brak wpłaty Opłaty Dodatkowej w wyznaczonym terminie, może być dochodzony w drodze postępowania windykacyjnego na podstawie danych właściciela Pojazdu uzyskanych z CEPiK i może skutkować dla Państwa dodatkowymi kosztami związanymi z dochodzeniem roszczeń”*.

4 sierpnia 2022 r. APCOA zastąpiła kwestionowaną w pkt. I.3. sentencji decyzji informację następującą: *„APCOA udzieli odpowiedzi na Państwa reklamację w terminie 30 dni od dnia jej otrzymania”*.

Odnośnie do chęci złożenia w niniejszej sprawie zobowiązania przez Spółkę jej pełnomocnik wskazał, do jakich działań może zobowiązać się APCOA. Poinformował m.in., że Spółka może dokonać zwrotu opłaty dodatkowej lub zaniechać dochodzenia roszczenia o zapłatę oraz przyznać rekompensatę pieniężną w wysokości [usunięto] zł. Jako okres objęty zobowiązaniem Spółka wskazała termin od 1 lutego 2021 r. do dnia uprawomocnienia się decyzji. Zobowiązanie miało objąć wszystkich konsumentów, którym Spółka udzieliła negatywnej odpowiedzi na reklamację w terminie przekraczającym 30 dni od jej otrzymania (w okresie wskazanym powyżej). APCOA zaproponowała także zorganizowanie szkolenia i quizu edukacyjnego dla konsumentów. Szkolenie odbywałoby się w formie on-line i byłoby skierowane do tych konsumentów, którzy otrzymali co najmniej jedno wezwanie do zapłaty od APCOA w okresie od 1 lutego 2021 r. do czasu uprawomocnienia się decyzji oraz przynajmniej w związku z jednym Wezwaniem złożyli reklamację, która nie została uwzględniona, a odpowiedź na reklamację została udzielona w terminie 30 dni. Szkolenie miało być dostępne na stronie internetowej Spółki i składać się z dwóch części: z materiałów edukacyjno-informacyjnych, które dotyczyłyby praw konsumentów oraz z interaktywnego quizu, na który składać się miało 12 pytań o tematyce związanej z prawami konsumentów. Pierwsze 300 osób, które ukończyłoby quiz i udzieliłoby poprawnej odpowiedzi na co najmniej 8 pytań, otrzymałoby od Spółki: zwrot jednej zapłaconej opłaty dodatkowej (w najwyższej wysokości spośród naliczonych) - w przypadku konsumentów, którzy uiścili sporną opłatę lub anulowanie pojedynczego zadłużenia z tytułu naliczonej opłaty dodatkowej (w najwyższej wysokości spośród naliczonych) - w przypadku konsumentów, którzy nie uiścili spornej opłaty. Szkolenie miało być dostępne na stronie internetowej Spółki przez 2 tygodnie. Spółka zaproponowała także publikację całości decyzji (z wyłączeniem informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa lub innych prawnie chronionych) na stronie internetowej APCOA. Treść decyzji dostępna byłaby za pomocą hiperłącza, w dolnej części strony głównej, z określeniem organu wydającego decyzję, datą jej wydania i numerem. Ponadto Spółka wprowadziła usprawnienia w zakresie składania reklamacji przez formularz dostępny na jej stronie internetowej (np. zamieszczenie odpowiedzi na koncie użytkownika w formacie pdf, otrzymanie na maila treści złożonej reklamacji). Zobowiązała się także do przeprowadzenia szkoleń dla pracowników związanych z obsługą reklamacji.

(dowód: k. 330-333)

Prezes Urzędu wystąpił do Spółki o przesłanie danych finansowych za 2021 r. wraz z określeniem, jaka część przychodów Spółki to przychody związane z wystawianymi „Wezwaniami na uiszczenia opłaty dodatkowej”.

(dowód: k. 399-400)

Pismem z 20 grudnia 2022 r. Prezes UOKiK poinformował Spółkę o braku przyjęcia złożonego zobowiązania, o którym mowa powyżej. Jednocześnie wskazał on, że uzasadnienie dla odrzucenia wniosku Spółki zostanie zaprezentowane w decyzji kończącej postępowanie.

(dowód: k. 413)

Obrót Spółki w 2021 r. wyniósł [usunięto] zł. Spółka wskazała, że przychody z wystawionych „Wezwań do uiszczenia opłaty dodatkowej" w 2021 r. wyniosły [usunięto] zł.

(dowód: k. 401-407)

Mając na względzie zebrany materiał dowodowy, Prezes UOKiK zważył, co następuje

Interes publiczny

Prezes UOKiK, zgodnie z art. 1 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* podejmuje się ochrony interesów konsumentów wyłącznie w interesie publicznym tzn. wtedy, gdy daną praktyką przedsiębiorcy może być dotknięty każdy konsument w analogicznych okolicznościach[1]. Warunkiem koniecznym do uruchomienia instrumentów określonych w tej ustawie jest zatem zaistnienie takiego stanu faktycznego, w którym działania przedsiębiorcy naruszają jej przepisy i jednocześnie stanowią zagrożenie dla interesu publicznego, bądź też naruszają ten interes.

Niniejsze postępowanie dotyczy podejrzenia stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów poprzez wprowadzanie w błąd co do form składania reklamacji (tylko formularz na stronie internetowej Spółki lub list) oraz co do nieuchronności podjęcia działań egzekucyjnych, których koszty konsumenci będą musieli ponieść, podczas gdy są to zdarzenia przyszłe i niepewne. Ponadto konsumenci mogli oczekiwać dłużej na odpowiedź Spółki na reklamacje niż gwarantuje im *ustawa o prawach konsumenta*. Z powyższego wynika, że postępowanie dotyczyło praktyk związanych z usługami, z których konsumenci korzystają powszechnie (tj. parkowanie przy np. marketach). Oznacza to *de facto*, że przedmiotowe praktyki mogły dotyczyć nieokreślonego z góry kręgu adresatów, a zatem mogły naruszać zbiorowy interes konsumentów. Uznać wobec tego należy, iż niniejsze postępowanie prowadzone jest w interesie publicznym.

Tym samym w niniejszym przypadku naruszenie interesu publicznego przyjmuje charakter naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. W przedmiotowej sprawie istnieją zatem podstawy do oceny zachowania APCOA pod kątem stosowania tego typu praktyk.

Praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów

Przepis art. 24 ust. 1 okik stanowi, że *„Zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów"*, natomiast art. 24 ust. 2 określa, iż *„Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy"*, w szczególności, co wynika z art. 24 ust. 2 pkt 3 okik, nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów (art. 24 ust. 3 okik).

Oceny, czy w danym przypadku mamy do czynienia z praktyką określoną w wyżej wymienionych przepisach należy dokonać na podstawie ustalenia łącznego spełnienia trzech przesłanek, którymi są:

- działania przedsiębiorcy,
- bezprawność tych działań,
- naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

[1] Por. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 stycznia 2009 r., sygn. akt XVII Ama 26/08

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1 okik ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów *ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców* (Dz. U. z 2021 r. poz. 162 ze zm.). Art. 4 ust. 1 Prawa przedsiębiorców za przedsiębiorcę uznaje osobę fizyczną, osobę prawną lub jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonującą działalność gospodarczą. APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jako spółka prawa handlowego wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS posiada status przedsiębiorcy w rozumieniu Prawa przedsiębiorców, a tym samym jest przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów okik, którego działania podlegają kontroli z punktu widzenia przepisów tej ustawy.

Bezprawność działania

Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa.

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Jest kategorią obiektywną, tj. niezależną od wystąpienia szkody czy też zamiaru po stronie przedsiębiorcy dopuszczającego się działań bezprawnych.

Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. Źródłem tych zasad są normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów[2]. O bezprawności działania decyduje w świetle orzecznictwa Sądu Najwyższego *„całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego”*[3].

Jako zachowania przedsiębiorcy, które stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca wskazuje m.in. nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 okik). Oznacza to, że jeśli przedsiębiorca stosuje nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu *ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070; dalej: „upnpr”, „ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym”), która jednocześnie będzie godzić w zbiorowe interesy konsumentów, takie działanie w świetle prawa może zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. W ocenie Prezesa UOKiK, w odniesieniu do praktyk zakwestionowanych przez Prezesa UOKiK, bezprawność działań podejmowanych przez APCOA można wywieść ze stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych określonych w art. 24 ust. 2 pkt 3 okik i *ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* oraz z naruszenia przepisów *ustawy o prawach konsumenta* dotyczących terminu, jaki posiada przedsiębiorca na udzielenie odpowiedzi konsumentowi w związku ze złożoną przez niego reklamacją.

Nieuczciwe praktyki rynkowe

Za zachowania przedsiębiorcy, które w szczególności naruszają zbiorowe interesy konsumentów, ustawodawca uznał nieuczciwe praktyki rynkowe (art. 24 ust. 2 pkt 3 okik).

Zdaniem Prezesa UOKiK APCOA swoim zachowaniem opisanym w punktach I.1. i I.2 sentencji decyzji mogła dopuścić się stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, o których mowa w przepisach *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*. Oznacza to, że

[2] wyrok SOKiK z 13 listopada 2007 r., sygn. XVII AmA 45/07
[3] wyrok SN z 8 maja 2002 r., sygn. I PKN 267/2001

jeśli mamy do czynienia z nieuczciwą praktyką rynkową w rozumieniu upnpr, to zachowanie przedsiębiorcy traktowane będzie jako sprzeczne z prawem z uwagi na zakaz stosowania tego typu praktyk uregulowany w art. 3 upnpr.

Definicję nieuczciwej praktyki rynkowej zawiera art. 4 ust. 1 upnpr, zgodnie z którym stosowana przez przedsiębiorcę względem konsumentów praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Art. 4 ust. 2 upnpr stanowi, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 ww. ustawy.

Stosownie do art. 5 ust. 1 upnpr praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli w jakikolwiek sposób powoduje ono lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Interpretując pojęcie praktyki wprowadzającej w błąd należy stwierdzić, że jest to każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta do którego jest skierowana i która może zniekształcić jego zachowanie rynkowe[4]. Art. 5 ust. 2 pkt 1 upnpr przewiduje, że wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji.

Zgodnie z definicją zawartą w art. 2 pkt 4 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję co do tego czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania (art. 2 pkt 7 upnpr).

W literaturze przyjmuje się, że wprowadzenie w błąd ma charakter abstrakcyjny, a jego stwierdzenie nie wymaga zaistnienia jednostkowej dezinformacji[5]. Dokonanie oceny wprowadzenia w błąd zawsze wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument. Jeśli zatem w przeświadczeniu przeciętnego konsumenta powstaną wyobrażenia (obiektywnie sprawdzalne, a nie wyłącznie subiektywnie odczuwalne), które nie odpowiadają rzeczywistości, mamy do czynienia z wprowadzeniem w błąd. Wprowadzenie w błąd przez praktykę rynkową zawsze zmierza do wytworzenia w świadomości konsumenta mylnego obrazu rzeczywistości. Zawsze też jest ono związane z określonymi elementami rzeczywistości, których dotyczyć ma błąd.

Zgodnie z treścią art. 2 pkt 8 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* przeciętny konsument jest to konsument dostatecznie poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny, zgodnie z brzmieniem ustawy, dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę

[4] Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 10 lutego 2015 r., sygn. akt: VI ACa 567/14
[5] *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz*, red. dr hab. Konrad Osajda, Legalis 2019, komentarz do art. 5 upnpr

konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w upnpr jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej: „TSUE", „Trybunał"). Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. Na każdym etapie zawarcia umowy przeciętny konsument ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. W świetle orzecznictwa Trybunału poziom percepcji i uwagi konsumenta różni się w zależności od tego, jakiego produktu dotyczy praktyka rynkowa oraz w jakich okolicznościach produkt ten jest nabywany[6].

Formułując model przeciętnego konsumenta w niniejszej sprawie należy wziąć pod uwagę charakter produktu, jakim są usługi oferowane przez APCOA. Udostępnianie miejsc do parkowania nie ma wyjątkowego charakteru, nie posiada cechy szczególnej. W konsekwencji nie można przyjąć, że przedsiębiorca kieruje swoją ofertę do szczególnej, ściśle określonej grupy konsumentów, która mogłaby zostać wyodrębniona na podstawie specjalnej, wspólnej dla nich cechy. W ocenie Prezesa Urzędu, w niniejszej sprawie przeciętnym konsumentem jest zatem każda osoba, która zechce skorzystać z miejsc parkingowych udostępnianych przez Spółkę, a które znajdują się np. przy marketach. Taki konsument (z reguły kierowca pojazdu) będzie rozważny, przeciętnie zorientowany, posiadający uprawnienia do kierowania pojazdami, a zatem mający wiedzę o zasadach uczestnictwa w ruchu drogowym i doświadczenie w korzystaniu z miejsc postojowych, zarówno na parkingach publicznych, jak i prywatnych. Od takiego konsumenta można wymagać pewnego stopnia wiedzy i rozeznania w rzeczywistości związanej z korzystaniem z infrastruktury parkingowej. Należy też podkreślić, że taki konsument nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak, jak profesjonalista. Przede wszystkim zaś przeciętny konsument ma prawo zakładać, że przedsiębiorca przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i niewprowadzający w błąd. Konsumenci korzystający z usług Spółki mogli chcieć złożyć reklamację związaną z otrzymanym Wezwaniem. Przeciętny konsument posiada wiedzę, że może złożyć reklamację, jednak czytając informacje przekazywane mu przez APCOA mógł odnieść wrażenie, że są do tego przeznaczone jedynie dwa kanały i złożenie reklamacji w inny sposób nie zostanie uznane. Może on nie wiedzieć, że może on złożyć reklamację w dowolny sposób, nie będąc przy tym ograniczonym liczbą znaków narzuconych przez Spółkę w formularzu. Ponadto przeciętny konsument w niniejszej sprawie nie posiada szczegółowej wiedzy na temat przepisów dot. wszczęcia i zasad prowadzenia postępowania egzekucyjnego w przypadku złożenia wniosku przez wierzyciela. Warto także podkreślić, że informacja dotycząca terminu jaki posiada Spółka na odpowiedź na złożoną reklamację mogła wzbudzić w konsumencie przekonanie, że APCOA może samodzielnie przedłużyć termin na udzielenie odpowiedzi na reklamację, z uwagi na takie skonstruowanie przekazywanej konsumentom informacji. Natomiast zgodnie z obowiązującymi przepisami nieudzielenie odpowiedzi w terminie 30 dni skutkuje jej uznaniem zgodnie z wolą klienta.

[6] Por. C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer Rec. 1999, s. I-3819, pkt 26; C-299/99 Philips Rec. 2002, s. I-5475, pkt 63, a także wyroki z 2007 r. w sprawach C-353/03 Nestle przeciwko Mars, pkt 25; T-241/05 Procter & Gamble, pkt 43; T-33/04 House of Donut Int, pkt 50-51

Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów

Pojęcia *„zbiorowego interesu konsumentów”* nie definiuje okik, ograniczając się jedynie do sprecyzowania, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów (art. 24 ust. 3). Przez godzenie w zbiorowe interesy konsumentów (które może polegać zarówno na naruszeniu zbiorowych interesów konsumentów, jak i na samym zagrożeniu ich naruszenia) należy rozumieć narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę obejmującą zarówno działania, jak i zaniechania. Przedmiotem ochrony nie są zatem interesy indywidualnego konsumenta lub grupy indywidualnych konsumentów, ale wszystkich - aktualnych lub potencjalnych klientów - traktowanych jako grupa uczestników rynku zasługująca na szczególną ochronę[7].

W oparciu o wykładnię przepisu art. 24 ust. 2 i 3 okik zbiorowy interes konsumentów rozumiany jest jako interes dotyczący ogółu (zbiorowości), zaś jego naruszenie ma miejsce, gdy skutkami działań dotknięty jest pewien krąg uczestników rynku - konsumentów. Z tego względu zachowanie przedsiębiorcy godzące w zbiorowe interesy konsumentów jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa w odniesieniu do każdego z konsumentów - nie zaś jedynie określonego konsumenta - i zagraża ono, przynajmniej potencjalnie, interesom każdego z członków zbiorowości konsumentów. Zaistnienie przesłanki naruszenia zbiorowego interesu konsumenta nie jest przy tym bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały naruszone wskutek działań przedsiębiorcy. Interes konsumentów należy przy tym rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę za zasługujący na ochronę i zabezpieczenie.

Nie ulega wątpliwości, że działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków. Natomiast przez interes zbiorowy należy rozumieć interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Dla stwierdzenia godzenia w zbiorowe interesy konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów.

W ocenie Prezesa UOKiK zakwestionowane w pkt. I sentencji niniejszej decyzji zachowanie Spółki może godzić w zbiorowe interesy konsumentów. Skutkami działań APCOA dotknięty jest określony krąg podmiotów, co w odniesieniu do zarzucanych Spółce praktyk oznacza konsumentów, którzy chcieliby skorzystać bądź skorzystali z usług Spółki. Jednakże podkreślić należy, że w tym kręgu mógł znaleźć się każdy konsument, który zdecydowałby się zaparkować samochód na parkingu zarządzanym przez Spółkę. Potencjalnie zatem każdy z konsumentów mógłby być objęty zachowaniem rynkowym APCOA zakwestionowanym przez Prezesa Urzędu w niniejszej decyzji.

Bezprawność działania i godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

Ad pkt I.1. sentencji niniejszej decyzji

Analiza strony internetowej APCOA oraz przekazanych przez Spółkę w toku postępowania wyjaśniającego informacji dały podstawę do stwierdzenia, że Spółka ograniczała możliwość składania przez konsumentów reklamacji tylko do dwóch kanałów komunikacji: poprzez formularz dostępny na stronie internetowej APCOA lub listownie na adres Spółki (o możliwości złożenia reklamacji tymi kanałami konsumenci byli informowani na otrzymanym Wezwaniu oraz stronie internetowej Spółki). W odpowiedzi z 3 listopada 2021 r. udzielonej przez Spółkę w toku postępowania wyjaśniającego Prezesowi Urzędu wskazała ona, że dąży *„do*

[7] D. Miąsik [w:] T. Skoczny (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, s. 962; por. wyrok SA w Warszawie z 10 lipca 2008 r., sygn. akt: VI ACa 306/08

zapewnienia rozpatrywania reklamacji w sposób jednolity i bezpieczny dla obydwu stron z wykorzystaniem narzędzi informatycznych bardziej zaawansowanych i zapewniających usystematyzowanie i integralność danych aniżeli e-mail. Stąd informacja zamieszczona na stronie internetowej dedykowanej reklamacjom zachęcać ma do korzystania z tego właśnie sposobu ich składania. (...) [usunięto]*"*. Na stronie internetowej Spółki, działającej pod adresem www.apcoa.pl, w zakładce dotyczącej reklamacji (stanowiącą odpowiedź na najczęściej zadawane przez konsumentów pytania), w punkcie 2. pn.: *„Jak złożyć reklamację?"* APCOA informowała: *„Reklamacje dotyczące wystawionych wezwań przyjmowane są poprzez formularz reklamacyjny pod adresem: https://reklamacje.apcoapolska.pl/ lub listownie na adres: APCOA Parking Polska Sp. z o.o., Rondo ONZ 1, 00-124 Warszawa. Państwa reklamacje nie mogą być składane osobiście w siedzibie firmy ani telefonicznie"*.

[dowód: protokół z 23 marca 2022 r. dotyczący utrwalenia zawartości strony internetowej Spółki (k. 285 i 286 oraz 287 (płyta CD)].

Podobną informację Spółka rozpowszechniała także w informacjach ogólnych, znajdujących się ponad segmentem z pytaniami wskazanym wyżej. W zakładce *„Kontakt"*, jak wskazała Spółka pismem z 23 czerwca 2022 r., od listopada 2020 r. nieprzerwanie widniała zaś informacja o treści: *„Państwa **REKLAMACJE**, dotyczące otrzymanego wezwania, wysyłane pod adres parkingi[at]apcoa.pl **NIE BĘDĄ ROZPATRYWANE**. Reklamacje można składać pod adresem: https://reklamacje.apcoapolska.pl/ oraz listownie na adres **APCOA Parking Polska** (...)"* (pisownia oryginalna).

(dowód: k. 302)

Na wystawianych przez APCOA Wezwaniach rozpowszechniana była tożsama informacja do tej zamieszczonej na głównej stronie internetowej Spółki. Posiadała ona następującą treść: *„Korzystający z Parkingu może w terminie 7 dni od dnia jego wystawienia* (wezwania - przyp. Prezesa UOKiK) *wnieść reklamację na stronie: reklamacje.apcoapolska.pl lub listownie na adres: APCOA Parking Polska Sp. z o.o., Rondo ONZ 1, 00-124 Warszawa"*.

(dowód: k. 49, 53, 57, 62, 67, 72, 156, 163, 169, 174, 179, 190, 196, 203, 242, 245, 251, 260, 267)

Ponadto analiza archiwalnej strony internetowej Spółki (np. z 17 maja 2021 r.) oraz odpowiedzi APCOA udzielonej w toku postępowania RKR.610.4.2022 pozwoliła na stwierdzenie, że już w 2021 r. Spółka wyraźnie wyłączała możliwość składania reklamacji poprzez pocztę elektroniczną. Powyższe było spowodowane rozpoczęciem posługiwania się przez Spółkę, od 1 lutego 2021 r., formularzem reklamacyjnym. Na głównej stronie internetowej APCOA widniał komunikat o treści: *„Państwa **REKLAMACJE**, dotyczące otrzymanego wezwania, wysyłane pod adres parkingi@apcoa.pl **NIE BĘDĄ ROZPATRYWANE**"*. Poniżej zaś widniała informacja, że reklamacje należy składać poprzez formularz na stronie internetowej lub listownie.

[dowód: protokół z 23 marca 2022 r. dotyczący utrwalenia zawartości strony internetowej Spółki (k. 285 i 286 oraz 287 (płyta CD)]

Taka informacja była przekazywana także w zakładce *„Kontakt"*. Z powyższego wynika, że informacja zamieszczona na stronie miała związek z wprowadzeniem nowej funkcjonalności na stronie internetowej, tj. formularza. Z wyjaśnień przekazanych przez Spółkę w piśmie z 23 czerwca 2022 r. wynika, że zakwestionowana informacja była rozpowszechniana przez APCOA nieprzerwanie od listopada 2020 r.

(dowód: k. 302)

Powyższe wprowadzało konsumentów w błąd co do konieczności wysłania reklamacji poprzez kanały preferowane przez Spółkę.

Konsument występując do Spółki z roszczeniem reklamacyjnym składa oświadczenie woli. Zgodnie z zasadami wynikającymi z *ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny* (Dz. U. z 2022 r. poz. 1360 ze zm.; dalej: „Kodeks cywilny") oświadczenia woli mogą być składane w dowolnej formie, z wyjątkiem przypadków przewidzianych przepisami ustaw. W zakresie wskazanego wyżej oświadczenia konsumenta, będącego roszczeniem reklamacyjnym, ustawodawca nie przewidział - ani w *Kodeksie cywilnym*, ani w upk ani w innych ustawach - konieczności zachowania szczególnej formy. Należy zatem przyjąć, że konsument może zrealizować swoje uprawnienie w jakikolwiek sposób (np. mailowo czy osobiście), z tym jedynie zastrzeżeniem, że oświadczenie takie musi dotrzeć do adresata w sposób umożliwiający zapoznanie się z jego treścią (art. 61 *Kodeksu cywilnego*).

Wskazane więc powyżej informacje, które były zamieszczone na stronie internetowej APCOA oraz w Wezwaniu mogły sugerować, że złożenie reklamacji jest możliwe jedynie poprzez skorzystanie z formularza dostępnego na stronie internetowej Spółki lub wysłanie listu na adres jej siedziby. Po zapoznaniu się z treścią przekazywanych informacji konsument mógł dojść do przekonania, że zgłoszenie Spółce reklamacji np. poprzez wizytę w jej siedzibie lub drogą elektroniczną narazi go na jej nieuwzględnienie z powodu niezachowania wymogów formalnych. Prezes Urzędu zwraca także uwagę, że sugerowanie konsumentowi, że elektronicznie reklamację może złożyć jedynie przez formularz na stronie internetowej Spółki mogło wiązać się dla niego z niedogodnościami w postaci ograniczonej liczby znaków na wpisanie treści wiadomości skierowanej do APCOA czy liczbą/wielkością załączników. Formularz stosowany przez APCOA ograniczał liczbę możliwych do wpisania przez konsumenta znaków do 500. Ponadto konsument mógł mieć utrudniony podgląd złożonej reklamacji, ponieważ w przypadku wpisania błędnego adresu e-mail (np. z uwagi na popełnioną literówkę w adresie) nie otrzymywał potwierdzenia złożenia reklamacji, przez co mógł posiadać utrudniony dostęp do treści złożonej przez siebie reklamacji czy daty jej złożenia. Nie doszłoby do tego gdyby wiedział, że może wybrać inny elektroniczny kanał (tu: pocztę elektroniczną) złożenia reklamacji i że także wtedy zostanie ona rozpatrzona. Data złożenia reklamacji może być istotna dla konsumenta np. z uwagi na art. 7a ust. 2 w zw. z art. 7a ust. 1 *ustawy o prawach konsumenta*, który stanowi, że jeśli przedsiębiorca nie ustosunkuje się do reklamacji konsumenta w terminie 30 dni od jej otrzymania to reklamację uważa się za uznaną. Co więcej, klient mógł nawet zaniechać złożenia reklamacji, gdyby w chwili chęci jej złożenia formularz, z przyczyn technicznych, był nieaktywny lub gdyby nie odpowiadała mu taka forma składania reklamacji.

W opinii Prezesa Urzędu w przypadku ocenianej praktyki mamy do czynienia z konsumentami rozważnymi, przeciętnie zorientowanymi i trwającymi w przekonaniu, że informacje przekazywane przez przedsiębiorców na ich stronach internetowych są pełne i nie wprowadzają ich w błąd. Konsumenci mogli być przekonani, że informacje zawarte na stronie internetowej Spółki, dotyczące procedury reklamacyjnej, są prawdziwe i nie wymagają uzupełnienia.

Zgodnie z art. 4 ust. 2 upnpr za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd. Działaniem wprowadzającym w błąd jest z kolei takie działanie, które w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, w tym w szczególności dotyczące praw konsumenta (art. 5 ust. 1 i 3 pkt 4 upnpr). Konsument, który zapoznał się z treścią prezentowanych przez Spółkę informacji mógł pozostawać w błędnym przekonaniu, że APCOA nie dopuszczała innego sposobu zgłaszania reklamacji poza jej

wysłaniem na adres Spółki lub złożeniem poprzez formularz na stronie internetowej. Podkreślić należy, że procedura reklamacyjna nie może ograniczać uprawnień konsumenta wynikających z obowiązujących przepisów prawa, w tym w zakresie sposobu zgłaszania reklamacji tylko dlatego, aby zapewnić Spółce [usunięto] lub [usunięto]. Informowanie konsumentów o możliwych sposobach składania reklamacji jest istotne z punktu widzenia osoby, która otrzymała Wezwanie, dlatego też treść takiej informacji nie może wprowadzać konsumentów w błąd. Konsument po zapoznaniu się z informacjami zamieszczonymi na stronie internetowej Spółki i/lub Wezwaniu powinien mieć pełną wiedzę na temat tego, w jaki sposób może skutecznie złożyć reklamację dotyczącą otrzymanego Wezwania. Rozpowszechnianie przez APCOA wskazanych wyżej informacji wprowadzało konsumentów w błąd, a tym samym spełniało przesłanki uznania takiego działania za nieuczciwą praktykę rynkową zdefiniowaną w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 5 ust. 3 pkt 4 upnpr. Ponadto kwestionowana praktyka godziła w pozaekonomiczne interesy konsumentów ze względu na poinformowanie ich, że posiadają tylko dwa kanały do złożenia reklamacji. To mogło wywołać u nich rozczarowanie z uwagi na niemożność wybrania wygodnego dla siebie sposobu wysłania reklamacji i konieczność dostosowania się do zaleceń Spółki. Te działania mogły w konsekwencji zmierzać do uniemożliwienia konsumentom uczestniczenia w rynku jako słabszej stronie stosunku zobowiązaniowego na jasnych i przejrzystych zasadach. Zachowanie Spółki naruszało także ekonomiczne interesy konsumentów ze względu na to, że z uwagi na ograniczenie sposobów składania reklamacji, mogli oni zaniechać kwestionowania otrzymanego Wezwania i zapłacić opłatę dodatkową w nim wskazaną, ze względu na niechęć lub niewygodę korzystania z kanałów preferowanych przez APCOA.

Biorąc pod uwagę powyższe, w ocenie Prezesa UOKiK, zachowanie Spółki stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 5 ust. 3 pkt 4 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Ad pkt I.2. sentencji niniejszej decyzji

Analiza otrzymanych przez Prezesa UOKiK sygnałów konsumenckich, jak również odpowiedzi na reklamacje dot. Wezwania przekazanych w trakcie postępowania wyjaśniającego przez APCOA pozwoliła na stwierdzenie, że w niektórych negatywnych odpowiedziach na reklamacje Spółka przekazywała konsumentom informacje o następującej treści: *„Informujemy, iż brak wpłaty w wyznaczonym terminie, skutkować będzie wszczęciem postępowania egzekucyjnego i obciążenie Państwa dodatkowym kosztem w kwocie 30,40 PLN tytułem pozyskania danych właściciela pojazdu z CEPiK wynikającym z obowiązujących przepisów prawa, a także dalszymi kosztami postępowania egzekucyjnego i windykacji”*. Informacja ta znajdowała się nie we wszystkich negatywnych odpowiedziach na reklamacje. Zgodnie z wyjaśnieniami Spółki, przed wdrożeniem formularza, pracownicy udzielający informacji udzielali odpowiedzi [usunięto] Zdarzały się więc sytuacje, w których APCOA wskazywała konsumentom na konieczność, w sytuacji braku wpłaty opłaty dodatkowej w terminie, poniesienia przez nich dodatkowych kosztów związanych z pozyskaniem danych właściciela pojazdu oraz postępowaniem egzekucyjnym i windykacją.

Powyższe wprowadzało konsumentów w błąd co do zasad wszczynania postępowania egzekucyjnego jak i kosztów, które konsument jest obowiązany ponieść bezwzględnie.

Analizując przedmiotową sytuację należy stwierdzić, że o ile dopuszczalnym jest informowanie konsumentów o możliwości powstania kosztów związanych z dochodzeniem

należności, to jednak sposób redakcji informacji, jakie konsumenci otrzymywali w odpowiedzi na reklamacje dot. Wezwania, wprowadzał ich w błąd odnośnie nieuchronności wszczęcia postępowania egzekucyjnego i windykacji, które ze swojej istoty są zdarzeniami przyszłymi i niepewnymi. Tymczasem podane informacje sugerowały, że w przypadku nieuiszczenia opłaty dodatkowej przeciwko konsumentowi prowadzone będzie postępowanie egzekucyjne, którego koszty będzie on zmuszony ponieść. Rozpowszechniana w odpowiedziach na reklamacje informacja w tym zakresie była nieprawdziwa. Biorąc pod uwagę powyższe Prezes Urzędu uznał, że wobec braku obowiązku udzielania konsumentom w przypadku wysyłania im odpowiedzi na reklamacje informacji o możliwości wystąpienia kosztów egzekucyjnych, w sytuacji, gdy przedsiębiorca podaje takie informacje, powinny one być rzetelne i pełne.

Zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta w niniejszej sprawie polegało na możliwości powstania w jego świadomości przeświadczenia, że w każdym przypadku niezapłacenia przez niego opłaty dodatkowej w terminie będzie on musiał pokryć koszty wystąpienia APCOA do bazy CEPiK oraz że wszczęte zostanie postępowanie egzekucyjne, którego koszty będzie on zobowiązany ponieść. Twierdzenia Spółki wprowadzały konsumenta w błąd. Brzmiały one kategorycznie, podczas gdy w rzeczywistości to, czy takie obciążenie mogło nastąpić, nie zależało od Spółki. APCOA bowiem w pierwszej kolejności powinna skierować sprawę na drogę postępowania sądowego, aby otrzymać tytuł wykonawczy. W tym miejscu Prezes Urzędu podkreśla, że sąd może uznać, że to klient ma rację i nie powinien ponosić kosztów lub np. zwolnić go z tych kosztów. Dopiero w dalszej kolejności sprawa trafia do organu egzekucyjnego. Co do zasady koszty te ponosi dłużnik, jednak mogą wystąpić inne przypadki, kiedy konsument zostaje zwolniony z obowiązku ponoszenia takich kosztów. Zdaniem Prezesa Urzędu kierowanie do konsumentów informacji, która nie odzwierciedla rzetelnie możliwości i trybu zastosowania przepisów *ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego* (Dz. U. z 2021 r. poz. 1805 ze zm.; dalej: „*Kodeks postępowania cywilnego*"), zniekształca w istotny sposób zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta, który nie mając dostatecznej i pełnej informacji może podjąć decyzję dotyczącą zapłaty, której nie podjąłby uzyskując należytą informację.

Przekazanie informacji o przyszłym postępowaniu egzekucyjnym w sposób sprawiający wrażenie nieuchronności jego przeprowadzenia i poniesienia jego kosztów mogła wywołać w konsumencie nieuzasadnioną obawę. Tym samym, poprzez opisane zachowanie, Spółka wprowadzała w błąd konsumentów korzystających z usługi parkingowej co do nieuchronności poniesienia kosztów postępowania egzekucyjnego, jeśli tylko nie uiszczą opłaty parkingowej w terminie określonym w odpowiedzi na reklamację. Zdaniem Prezesa UOKiK, gdyby konsumenci nie zostali w tym zakresie wprowadzeni w błąd, mogliby nie podjąć decyzji o uiszczeniu przedmiotowej opłaty i zdecydować o zasadności dalszego jej reklamowania, czy podjęcia obrony przed sądem. Konsumenci mogli skłaniać się do uiszczenia żądanej kwoty po otrzymaniu odpowiedzi na reklamację, aby uniknąć dalszych kosztów związanych z dochodzeniem należności przez Spółkę w postępowaniu sądowym i egzekucyjnym oraz opłat związanych z pozyskaniem danych z bazy CEPiK.

Opisane działanie Spółki stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, wskazaną w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 upnpr, ponieważ swoim działaniem APCOA mogła powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy (tj. uiszczenia kwoty wskazanej w Wezwaniu i braku dalszego jej reklamowania), której inaczej by nie podjął, czyli nie zapłaciłby przedmiotowej opłaty i nie zrezygnowałby z przysługujących mu uprawnień do dalszego kwestionowania nałożonej opłaty, gdyby nie pozostawał w błędnym przeświadczeniu co do nieuchronności obciążeń finansowych związanych z poniesieniem kosztów wskazanych w odpowiedzi na reklamację. Ponadto kwestionowana praktyka godziła w pozaekonomiczne

interesy konsumentów ze względu na niepełne poinformowanie ich o procedurze egzekucji należności pieniężnych i wywołanie wrażenia nieuchronności tej egzekucji, mimo że były to wydarzenia niepewne, co mogło wzbudzić w konsumentach poczucie braku celowości dalszego kwestionowania otrzymanego Wezwania, z uwagi na nieuchronność poniesienia kosztów wskazanych przez Spółkę. Te działania mogły w konsekwencji zmierzać do uniemożliwienia konsumentom uczestniczenia w rynku jako słabszej stronie stosunku zobowiązaniowego na jasnych i przejrzystych zasadach. Powyższe działania naruszają także ekonomiczne interesy konsumentów, ze względu na zdecydowanie przez nich o zapłaceniu nałożonej opłaty w celu uniknięcia konieczności pokrycia innych kosztów wskazywanych przez Spółkę.

Powyższe działanie Spółki stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Ad pkt I.3. sentencji niniejszej decyzji

Analiza strony internetowej APCOA oraz informacji przekazanych przez Spółkę w toku postępowania pozwoliła na stwierdzenie, że Spółka informowała klientów, że dokłada ona starań, aby reklamacje konsumentów rozpatrzyć w terminie 30 dni od dnia ich złożenia, jednak *„termin ten może ulec wydłużeniu w przypadku dużej ilości zgłoszeń. Dokładamy wszelkich starań, aby udzielić odpowiedzi w najszybszym możliwym terminie”*.

[dowód: protokół z 23 marca 2022 r. dotyczący utrwalenia zawartości strony internetowej Spółki (k. 285 i 286 oraz 287 (płyta CD)]

Zgodnie z art. 7a ust. 1 *ustawy o prawach konsumenta*: *„Jeżeli przepisy odrębne nie stanowią inaczej, przedsiębiorca jest obowiązany udzielić odpowiedzi na reklamację konsumenta w terminie 30 dni od dnia jej otrzymania”*. Stosownie zaś do art. 7a ust. 2 upk: *„Jeżeli przedsiębiorca nie udzielił odpowiedzi na reklamację w terminie, o którym mowa w ust. 1, uważa się, że uznał reklamację”*. Z tego względu nie jest możliwe samodzielne wydłużanie terminu na udzielenie odpowiedzi na reklamację. Art. 7 upk stanowi, że *„Konsument nie może zrzec się praw przyznanych mu w ustawie. Postanowienia umów mniej korzystne dla konsumenta niż postanowienia ustawy są nieważne, a w ich miejsce stosuje się przepisy ustawy”*. Przepis art. 7a ust. 2 w zw. z art. 7a ust. 1 upk wyraźnie wskazuje, że nierozpatrzenie reklamacji konsumenta w terminie 30 dni od jej otrzymania powoduje jej uznanie z mocy prawa.

Zgodnie ze *Stanowiskiem UOKiK wobec relacji art. 7a ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 r., poz.827, z późn.zm.) do art. 561[5] ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz. U. z 2016 r., poz. 380, z późn.zm): „aby zapewnić konsumentom efektywność ochrony normatywnej, wprowadzono negatywne konsekwencje dla przedsiębiorcy, który nie dotrzymuje terminu na udzielenie odpowiedzi. W takiej sytuacji przyjmuje się, że przedsiębiorca uznał reklamację”*. W stanowisku tym Prezes Urzędu wyjaśnia także, że norma zawarta w art. 7a upk *„nie określa roszczeń przysługujących konsumentowi, a jedynie formalne aspekty złożenia reklamacji (postać i termin) oraz skutki uchybienia przez przedsiębiorcę temu obowiązkowi”*.

W doktrynie podkreśla się, że *„w art. 7a ust. 1 u.p.k. wprowadzono termin jednolity, niezależnie od stopnia skomplikowania sprawy, w której konsument złożył reklamację (…) Okoliczność, że sprawa ma złożony charakter, de lege lata nie uzasadnia przedłużenia tego*

terminu”[8]. Ponadto wskazuje się, że *„W związku z ogólną funkcją ochrony interesów konsumentów art. 7a ust. 2 pełni funkcję prewencyjną: w wymiarze ogólnym i indywidualnym. Przepis ten ma motywować przedsiębiorcę do rozpatrywania reklamacji konsumentów w wymaganym, ustawowym terminie. W przeciwnym razie przedsiębiorcy grożą negatywne konsekwencje prawne”*. W cytowanym komentarzu do *ustawy o prawach konsumenta* autor wskazuje również, że *„Niezależnie od konsekwencji cywilnoprawnych, przedsiębiorca może dodatkowo ponosić odpowiedzialność publicznoprawną na podstawie art. 24 u.o.k.k., gdy narusza obowiązki określone w art. 7a u.p.k. dotyczące terminowego rozpatrywania reklamacji zgłoszonych przez konsumentów (np. jeśli nie odpowiada w ogóle na reklamacje lub udziela odpowiedzi z przekroczeniem ustawowego terminu). Takie postępowanie stanowi przypadek praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Praktyka ta jest sprzeczna z prawem i godzi w interesy konsumenckie, utrzymując niepewność prawną po stronie konsumenta co do stanu relacji z przedsiębiorcą”*[9].

W ocenie Prezesa Urzędu przekazywanie konsumentom informacji zgodnie z którą, jeżeli APCOA nie ustosunkowała się do reklamacji klienta w terminie trzydziestu dni, mogła ona wydłużyć ten termin, było sprzeczne z art. 7a ust. 2 w zw. z art. 7a ust. 1 upk, zgodnie z którym reklamację uważa się za uzasadnioną, jeżeli Spółka nie udzieliła odpowiedzi w terminie 30 dni od dnia jej otrzymania.

Zatem Spółce przysługuje trzydziestodniowy termin na złożenie oświadczenia ustosunkowującego się do żądania konsumenta. Skutkiem braku odpowiedzi APCOA na reklamację konsumenta jest jej uznanie zgodnie z jego wolą. Wskazać przy tym należy, że na podstawie wskazanej wyżej informacji skierowanej do konsumentów Spółka przyznawała sobie prawo do wydłużenia ustawowego terminu na ustosunkowanie się do zgłoszonych przez konsumenta roszczeń.

Ponadto kwestionowana praktyka godzi w pozaekonomiczne interesy konsumentów, ze względu na informowanie ich, że Spółka mogła wydłużyć termin na udzielenie odpowiedzi, pomijając zasady wynikające z art. 7a ust. 2 w zw. z art. 7a ust. 1 upk. Takie działania w konsekwencji zmierzają do uniemożliwienia konsumentom uczestniczenia w rynku jako słabszej stronie stosunku zobowiązaniowego na jasnych i przejrzystych zasadach w oparciu o bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa.

Praktyka ta jest sprzeczna z art. 7a ust. 2 w zw. z art. 7a ust. 1 w zw. z art. 7 o *prawach konsumenta* oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*

Podsumowując, w ocenie Prezesa Urzędu, zachowania APCOA opisane w sentencji niniejszej decyzji stanowią praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 okik.

[8] T. Czech [w:] *Prawa konsumenta. Komentarz*, wyd. II, Warszawa 2020, art. 7(a), dostęp: LEX
[9] Tamże

Zaniechanie praktyki

Zgodnie z art. 27 okik, w przypadku zaniechania stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, jednocześnie stwierdzając zaniechanie jej stosowania.

Prezes UOKiK stwierdził zaniechanie stosowania praktyki opisanej w pkt. I.1. sentencji niniejszej decyzji 2 września 2022 r. (informacja zawarta na stronie internetowej Spółki została zmieniona już 12 sierpnia 2022 r., jednak z uwagi na objęcie jej stosowania praktyką wskazaną w pkt. I.1. sentencji niniejszej decyzji, jako zaniechanie stosowania tej praktyki Prezes przyjął datę, od jakiej opisana praktyka nie była już używana w stosunku do konsumentów, tj. zmianę informacji w Wezwaniach). Zaniechanie praktyki wskazanej w pkt. I.2. sentencji decyzji nastąpiło 22 lipca 2022 r. Tego dnia Spółka zmieniła treść stosowanego pouczenia. Praktyki opisanej w pkt. I.3. sentencji decyzji Spółka zaniechała 4 sierpnia 2022 r. Tego dnia zastąpiła kwestionowaną przez Prezesa Urzędu informację twierdzeniem zgodnym z prawem. Konieczne jest wskazanie, że zaniechanie stosowania praktyki jest czymś innym, niż skutek jej oddziaływania na wszystkich konsumentów, którzy zostali wprowadzeni w błąd co do przysługujących im uprawnień reklamacyjnych czy też co do nieuchronności przeprowadzenia postępowania windykacyjnego i poniesienia jego kosztów. Skutki stosowania praktyki są bowiem widoczne do dzisiaj, gdyż klienci nie zostali poinformowani o tym, że kwestionowane w niniejszym postępowaniu praktyki są nieskuteczne. W dalszym ciągu mogą więc być w błędzie co do swoich możliwości dotyczących składania reklamacji czy dalszych działań windykacyjnych.

Nieprzyjęcie zobowiązania przedsiębiorcy

W zakresie złożonego przez APCOA zobowiązania Prezes UOKiK wskazuje.

Zgodnie z art. 28 okik, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione - na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu lub innych informacji będących podstawą wszczęcia postępowania z urzędu - że przedsiębiorca stosuje praktykę, o której mowa w art. 24 tej ustawy, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes UOKiK może, w drodze decyzji, zobowiązać go do wykonania tych zobowiązań.

Z powyższego wynika, iż decyzja wydana w trybie art. 28 ust. 1 okik jest decyzją o charakterze uznaniowym, w związku z czym Prezes UOKiK nie ma obowiązku wydania decyzji zobowiązującej w każdym przypadku, gdy wniesie o to przedsiębiorca. Przepis ten nie nakłada na organ ochrony konsumentów obowiązku wydania decyzji zobowiązującej[10], a jedynie stwarza mu prawną możliwość wydania takiej decyzji[11].

Analizując zobowiązanie Spółki złożone w niniejszej sprawie w pierwszej kolejności należy zwrócić uwagę, że ograniczało się ono jedynie do kilkuset konsumentów. Byliby to m.in. konsumenci, którzy otrzymali negatywną odpowiedź na reklamację od Spółki w terminie przekraczającym 30 dni. Jest to względnie niewielki odsetek klientów, ponieważ Spółka wskazała, że *„z szacunków APCOA wynika, że od dnia 1 lutego 2021 r. do dnia sporządzenia niniejszego pisma* (2 września 2022 r. - przyp. Prezesa Urzędu) *odsetek przypadków, w których*

[10] Wyrok SOKiK z 13 lutego 2012 r., sygn. akt XVII Ama 217/10
[11] M. Radwański, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz, pod red. E. Stawicki, A. Stawicki*, Warszawa 2011, s. 647

Spółka uchybiła terminowi ustawowemu i jednocześnie nie uwzględniła reklamacji (rozpatrzyła ją negatywnie) stanowi [usunięto]*% spośród wszystkich złożonych reklamacji".* Ponadto zobowiązanie objęłoby konsumentów, którzy wykonaliby quiz zamieszczony na stronie Spółki jedynie przez 2 tygodnie. Możliwość wzięcia udziału w quizie i szkoleniu miała objąć konsumentów, którzy już złożyli reklamację i uiścili opłatę dodatkową bądź byli zobligowani do jej uiszczenia, ale jeszcze nie zdążyli jej zapłacić. Spółka miała zamiar zwrócić (lub anulować - w przypadku klientów, którzy jeszcze nie zapłacili) jedynie 300 konsumentom jedną opłatę w najwyższej nałożonej wysokości. Jednak należy zwrócić uwagę, że z dużą dozą prawdopodobieństwa na stronę Spółki wchodzą konsumenci, którzy w danym momencie są w sporze z APCOA, nie zaś konsumenci, którzy zapłacili opłatę dodatkową wcześniej. To zaś znacząco ogranicza krąg konsumentów objętych zobowiązaniem. Ponadto APCOA zaproponowała zamieszczenie przez krótki czas na stronie internetowej Spółki informacji o wydanej decyzji. Informacja ta miała widnieć na dole strony internetowej. Spółka zaproponowała także przeszkolenie pracowników w zakresie praw konsumenta i rozpatrywania reklamacji, a także wprowadzenia usprawnień w zakresie funkcjonalności formularza reklamacyjnego dostępnego na stronie internetowej (tj. zamieszczenie odpowiedzi w formie pdf na koncie użytkownika oraz otrzymanie przez konsumenta potwierdzenia złożenia reklamacji oraz przesłanych załączników w wiadomości e-mail). Wątpliwości budzi 14-dniowy termin na złożenie reklamacji przez konsumentów, z uwagi na to, że Spółka posiada 30 dni na udzielenie odpowiedzi, a konsumenci swoje zastrzeżenia muszą zgłosić w 14 dni. Z uwagi na ograniczenie zobowiązania do małej liczby konsumentów, którzy mogliby dowiedzieć się o zobowiązaniu (w tym o quizie) ze strony APCOA, na którą niekoniecznie wchodzą, a także mając na względzie niewielki odsetek klientów, którzy otrzymali odpowiedź na reklamację w terminie dłuższym niż 30 dni Prezes Urzędu uznał, że przyjęcie wniosku nie znajduje uzasadnienia w zakresie interesu publicznego i charakteru kwestionowanych w niniejszym postępowaniu praktyk.

Należy także podkreślić, że pracownicy Spółki zajmujący się rozpatrywaniem reklamacji powinni zostać przeszkoleni z zakresu praw konsumentów i zasad rozpatrywania reklamacji w ramach szkoleń wdrożeniowych towarzyszących zatrudnieniu w firmie (szczególnie na takim stanowisku), nie zaś w wyniku decyzji Prezesa Urzędu. Pracownicy powinni być odpowiednio przeszkoleni i posiadać odpowiednią wiedze i umiejętności tak, aby rozpatrywać reklamacje zgodnie z przepisami i stanem faktycznym sprawy.

Ponadto wskazać należy, iż prewencyjna rola decyzji Prezesa UOKiK sprowadza się nie tylko do wyeliminowania bezprawnych praktyk przez przedsiębiorcę będącego stroną postępowania, ale również ma na celu odstraszenie innych uczestników rynku przed powielaniem kwestionowanych praktyk, aby nie było konieczności wszczynania osobnych postępowań w stosunku do tych podmiotów. O braku uwzględnienia wniosku dotyczącego wydania decyzji w trybie art. 28 ust. 1 okik Spółka została poinformowana w osobnym piśmie.

Mając powyższe na uwadze, orzeczono jak w punkcie I sentencji decyzji.

II. Obowiązek usunięcia trwających skutków naruszenia

Zgodnie z art. 26 ust. 2 okik w zw. z art. 27 ust. 4 okik w decyzji stwierdzającej stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu, w szczególności zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji. W myśl art. 26 ust. 4 okik środki, o których mowa w ust. 2, powinny być proporcjonalne do wagi i rodzaju naruszenia oraz konieczne do usunięcia jego skutków.

Katalog środków usunięcia trwających skutków naruszenia jest przykładowy. W związku z tym przepis dopuszcza możliwość nałożenia przez Prezesa UOKiK na przedsiębiorcę także innego niż wymienione w ustawie środka usunięcia trwających skutków naruszenia, który jest adekwatny do rodzaju stwierdzonego naruszenia oraz skutków, które naruszenie wywołało. Ocena adekwatności działań zmierzających do usunięcia skutków niedozwolonego zachowania musi być dokonana z uwzględnieniem możliwie najszerszego kontekstu negatywnych następstw działania przedsiębiorcy, któremu zarzucana jest praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów.

W ocenie Prezesa UOKiK nałożone na Spółkę środki w opisanym w sentencji kształcie, w postaci opublikowania oświadczenia na stronie internetowej oraz wysłania oświadczeń listownie lub mailowo do klientów Spółki, którzy dotknięci byli praktykami, pozostają w korelacji z przypisanymi APCOA naruszeniami i zmierzają do usunięcia ich trwających skutków.

Jedną z intencji określenia takich informacyjnych środków usunięcia trwających skutków naruszenia jest zwiększenie skuteczności administracyjnoprawnego trybu stwierdzania naruszeń w zakresie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Z przykładów wymienionych w art. 26 ust. 2 okik wynika, że konsumenci mają prawo dowiedzieć się o stwierdzeniu przez Prezesa UOKiK takich naruszeń. W ramach usunięcia trwających skutków naruszenia Prezes Urzędu może zobowiązać przedsiębiorcę, w sposób określony w decyzji, do poinformowania o naruszeniu konsumentów dotkniętych kwestionowaną praktyką. Prezes UOKiK decyduje więc o sposobie tego poinformowania. Z punktu widzenia interesu publicznego istotne jest to, aby był to skuteczny sposób dotarcia do adresatów.

Warto w tym miejscu podkreślić, iż Prezes UOKiK nałożył na APCOA obowiązek informacyjny w zakresie przesłania do wszystkich konsumentów, którzy złożyli Spółce reklamacje w związku z otrzymanym Wezwaniem, informacji o wydaniu przedmiotowej decyzji wraz ze wskazaniem, że jest ona prawomocna oraz że prawomocne decyzje Prezesa UOKiK mają charakter prejudykatu w postępowaniu sądowym.

O niedozwolonej praktyce Spółki powinni dowiedzieć się również inni uczestnicy rynku, w tym wszyscy konsumenci, jak również konkurenci Spółki. Niewątpliwie opublikowanie oświadczenia na stronie internetowej Spółki spełni funkcję edukacyjną. Powyższy środek może mieć również znaczenie prewencyjne, zniechęcając APCOA oraz innych przedsiębiorców do podobnego rodzaju praktyk.

Oświadczenie zamieszczone na stronie internetowej Spółki ma za zadanie poinformowanie konsumentów o fakcie wydania decyzji i jej oznaczeniu (w celu jej późniejszej identyfikacji lub ułatwienia dotarcia do jej treści) oraz przystępne wskazanie, jakie działania Spółki zostały uznane za naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

Określenie parametrów technicznych oświadczenia jest zaś niezbędne i ma za zadanie zapewnić jego widoczność i czytelność na stronie internetowej Spółki.

Reasumując, w ocenie Prezesa UOKiK, zakres obowiązków publikacyjnych jest proporcjonalny do możliwości przedsiębiorcy i wagi naruszeń. Obowiązek publikacji decyzji na stronie internetowej przez 3 miesiące, w ocenie Prezesa UOKiK, nie będzie uciążliwy dla Spółki.

Mając na uwadze powyższe, orzeczono jak w punkcie II sentencji niniejszej decyzji.

III. Kara pieniężna

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 okik, Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w drodze decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku

obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 24 ustawy. Stosownie do art. 106 ust. 3 pkt 1 okik obrót, o którym mowa w art. 106 ust. 1 okik, oblicza się jako sumę przychodów wykazanych w rachunku zysków i strat - w przypadku przedsiębiorcy sporządzającego taki rachunek na podstawie przepisów o rachunkowości.

Na podstawie przedstawionego przez Spółkę rachunku zysków i strat ustalono, że w 2021 r. uzyskała ona obrót w wysokości [usunięto] zł, co uwzględniając średni kurs euro ogłoszony przez Narodowy Bank Polski 31 grudnia 2021 r., tj. 4,5994 zł, stanowi po zaokrągleniu równowartość [usunięto] euro (stosownie do art. 5 okik przeliczenie wartości euro oraz innych walut obcych na złote oraz wartości złotego na euro jest dokonywane według kursu średniego walut obcych ogłoszonego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku kalendarzowego poprzedzającego rok nałożenia kary).

Kara pieniężna za naruszenie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o którym mowa w art. 24 okik, ma charakter fakultatywny. O tym, czy w konkretnej sprawie w odniesieniu do wskazanego przedsiębiorcy zasadne jest nałożenie kary pieniężnej decyduje, w ramach uznania administracyjnego, Prezes Urzędu. Należy zwrócić uwagę, że przepisy *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* nie określają przesłanek, od których uzależnione byłoby podjęcie decyzji o nałożeniu kary. Ustawodawca wskazał jedynie w art. 111 okik te okoliczności, które Prezes Urzędu ma obowiązek uwzględnić decydując o wymiarze kary pieniężnej. Są to w szczególności: okoliczności naruszenia przepisów ustawy, uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia, działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 okik).

Ustalając wysokość kary pieniężnej Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 3 pkt 2 okik, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Okolicznościami obciążającymi są: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez przedsiębiorcę w związku z dokonanym naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia i umyślność naruszenia.

Biorąc pod uwagę okoliczności sprawy, przede wszystkim charakter zarzuconych Spółce praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu uznał, że uzasadnione jest nałożenie na APCOA kar pieniężnych za ich stosowanie.

Zdaniem Prezesa Urzędu, niniejsze kary powinny podkreślać naganność zakwestionowanych w niniejszym postępowaniu zachowań Spółki i powinny przyczynić się do zapewnienia trwałego zaprzestania w przyszłości naruszeń przez Spółkę zbiorowych interesów konsumentów.

Zdaniem Prezesa Urzędu okoliczności niniejszej sprawy, a także negatywne skutki w sferze pozaekonomicznych interesów konsumentów (tj. poinformowanie ich, że posiadają tylko dwa kanały do złożenia reklamacji, niepełne poinformowanie ich o procedurze egzekucji należności pieniężnych i wywołanie wrażenia nieuchronności tej egzekucji oraz poniesienia kosztów wskazanych przez Spółkę, a także ze względu na informowanie ich, że Spółka może wydłużyć termin na udzielenie odpowiedzi, pomijając zasady wynikające z art. 7a ust. 2

w zw. z art. 7a ust. 1 upk) wskazują na celowość zastosowania tego środka represji. Należy także wziąć pod uwagę negatywne skutki w sferze ekonomicznych interesów konsumentów (ograniczenie sposobów składania reklamacji, przez co konsumenci mogli zaniechać kwestionowania otrzymanego Wezwania i zapłacić opłatę dodatkową w nim wskazaną lub z uwagi na zdecydowanie przez nich o zapłaceniu nałożonej opłaty w celu uniknięcia konieczności pokrycia innych kosztów wskazywanych przez Spółkę) Prezes Urzędu, uznając za zasadne nałożenie kary na Spółkę, kierował się założeniem, że sankcja ta musi spełniać zarówno funkcję represyjną, jak i prewencyjną. Nałożenie kary pieniężnej służyć będzie jako środek odstraszający Spółkę od stosowania tego rodzaju praktyk w przyszłości (prewencja indywidualna). Ponadto rozstrzygnięcie o karze ma być sygnałem dla innych profesjonalnych uczestników rynku usług parkingowych, że tego typu zachowanie, związane z ograniczaniem form składania reklamacji czy wprowadzania konsumentów w błąd, nie może być stosowane - pod rygorem sankcji finansowej (prewencja ogólna). Kara pieniężna spełni również funkcję represyjną - stanowić będzie dolegliwość dla strony niniejszego postępowania uzasadnioną stwierdzeniem naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Przedmiotowe rozstrzygnięcie o karach będzie sygnałem dla innych przedsiębiorców działających na rynku usług parkingowych (prewencja ogólna), ale również wymierzenie przez Prezesa Urzędu kar będzie oddziaływać na Spółkę i zapobiegnie ponownemu naruszeniu przepisów prawa (prewencja indywidualna).

W zakresie czynników obrazujących stopień i skutki rynkowe naruszenia, Prezes Urzędu uwzględnił, że stosowane przez Spółkę praktyki naruszały interesy konsumentów. Stopień naruszenia przez APCOA przepisów *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* należy zakwalifikować jako znaczny. Kwestionowane działania Spółki uznane zostały za sprzeczne z obowiązującymi przepisami prawa. Praktyki zarzucane Spółce wywoływały skutki w zakresie pozaekonomicznych oraz ekonomicznych interesów konsumentów.

Zgodnie z art. 106 ust. 1 okik kara pieniężna może być nałożona w przypadku, gdy do naruszenia przepisów tej ustawy doszło choćby nieumyślnie. Odnosząc się w tym miejscu do praktyk zarzucanych Spółce Prezes Urzędu uznał, że w niniejszej sprawie doszło do naruszenia przepisów okik co najmniej nieumyślnie. Zdaniem Prezesa Urzędu, APCOA jako profesjonalista powinien był zdawać sobie sprawę, iż jego zachowanie kwestionowane w pkt. I.1., I.2. i I.3. sentencji decyzji jest sprzeczne z powszechnie obowiązującymi przepisami. Zdaniem Prezesa Urzędu Spółka jako profesjonalista oraz podmiot doświadczony w prowadzonej działalności gospodarczej ma obowiązek działania w sposób rzetelny. Powyższe wskazuje na to, że Spółka nie dochowała staranności, jakiej należy oczekiwać od profesjonalnego uczestnika obrotu. Zgromadzony materiał dowodowy nie wskazuje jednakże, aby działania Spółki miały charakter umyślny. Z tego względu, nakładając kary pieniężne z tytułu naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Prezes Urzędu stwierdził nieumyślny charakter naruszenia przez Spółkę zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanych praktyk daje podstawę do nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 okik.

Przy ustalaniu w niniejszej sprawie wysokości kar za poszczególne praktyki stosowane przez Spółkę Prezes Urzędu wziął ponadto pod uwagę: okoliczności naruszenia przepisów okik oraz okres, stopień i skutki rynkowe naruszeń. Prezes UOKiK rozważył ponadto, czy wysokość kary powinna podlegać modyfikacjom z uwagi na okoliczności łagodzące lub obciążające.

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określona w punkcie III.1. sentencji decyzji

W pkt. I.1. sentencji decyzji Prezes Urzędu uznał działanie Spółki za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania. Działanie to polegało na rozpowszechnianiu na stronie internetowej należącej do APCOA oraz na wystawianych Wezwaniach nieprawdziwej informacji o tym, że konsument może złożyć reklamację dotyczącą Wezwania jedynie na formularzu zamieszczonym na stronie internetowej należącej do APCOA lub przez wysłanie listu na adres siedziby Spółki, która to praktyka wprowadzała konsumentów w błąd co do możliwości złożenia reklamacji tylko dwoma wskazanymi przez APCOA kanałami, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 5 ust. 3 pkt 4 upnpr oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 okik.

Prezes Urzędu przy nakładaniu kary uwzględnił okoliczność, że kwestionowana praktyka była stosowana przez Spółkę jako profesjonalistę wobec konsumentów jako słabszych uczestników obrotu. W ocenie Prezesa Urzędu nie ma wątpliwości, że zastosowanie wskazanej praktyki jest przejawem nierównorzędnego traktowania konsumentów. Prezes Urzędu wziął przy tym pod uwagę, iż kwestionowana praktyka wywołuje negatywne skutki w odniesieniu zarówno do ekonomicznych, jak i pozaekonomicznych interesów konsumentów. Kwestionowana praktyka godziła w pozaekonomiczne interesy konsumentów ze względu na poinformowanie ich, że posiadają tylko dwa kanały do złożenia reklamacji. To mogło wywołać u nich rozczarowanie z uwagi na niemożność wybrania wygodnego dla siebie sposobu wysłania reklamacji i konieczność dostosowania się do zaleceń Spółki. Te działania mogły w konsekwencji zmierzać do uniemożliwienia konsumentom uczestniczenia w rynku jako słabszej stronie stosunku zobowiązaniowego na jasnych i przejrzystych zasadach. Zachowanie Spółki naruszało także ekonomiczne interesy konsumentów ze względu na to, że z uwagi na ograniczenie sposobów składania reklamacji, mogli oni zaniechać kwestionowania otrzymanego Wezwania i zapłacić opłatę dodatkową w nim wskazaną, ze względu na niechęć lub niewygodę korzystania z kanałów preferowanych przez APCOA. Praktyka, o której mowa w pkt. I.1. sentencji decyzji odnosi się do wprowadzania konsumentów w błąd co do dostępnych kanałów wnoszenia reklamacji.

W ocenie Prezesa Urzędu stopień naruszenia zarzucanego Spółce jest znaczny. Zgodnie z art. 111 okik stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia. Konsument nie może być wprowadzany przez Spółkę w błąd co do kanałów składania reklamacji. To, że dla APCOA dana metoda składania reklamacji jest wygodniejsza nie oznacza, że konsumenci mogą mieć ograniczoną możliwość składania reklamacji innymi kanałami niż wskazane przez Spółkę. APCOA działa jako profesjonalista, a stosowana przez nią praktyka uderza w konsumentów jako słabszych uczestników obrotu, będących kierowcami pojazdów. Zdaniem Prezesa Urzędu również skutki rynkowe omawianego naruszenia mają szeroki zakres, bowiem kwestionowana praktyka miała zastosowanie do wszystkich konsumentów, którzy zdecydowali się zaparkować samochód na parkingu zarządzanym przez Spółkę i chcieli złożyć reklamację m.in. w związku z otrzymanym Wezwaniem.

Wagę praktyki należy określić jako znaczną ze względu na skutki, które wywołuje w sferze interesów konsumentów. Prezes Urzędu w szczególności wziął pod uwagę, że praktyka stosowana przez Spółkę stanowi nieuczciwą praktykę rynkową i godzi w zbiorowe interesy konsumentów. Konsumenci nie wiedzieli bowiem, że mogą złożyć reklamację każdym dostępnym kanałem komunikacji i mogło to wpłynąć na ich decyzję o nieskładaniu reklamacji.

Prezes Urzędu stwierdził, że praktyka opisana w pkt. I.1. sentencji niniejszej decyzji miała charakter nieumyślny. W ocenie Prezesa Urzędu, treść informacji skierowanej do konsumentów mogła być efektem niezamierzonych działań, mających ułatwić działalność Spółce. Zdaniem Prezesa Urzędu APCOA jako profesjonalista powinna zdawać sobie jednak sprawę jakie są uprawnienia klientów w zakresie kanałów składania reklamacji i poprawnie wskazać to w kierowanych do klientów informacjach. Zdaniem Prezesa Urzędu, Spółce jako profesjonaliście powinny być znane uprawnienia klientów związane ze składanymi reklamacjami. Spółka jako profesjonalista dysponuje kapitałem finansowym oraz zapleczem ludzkim, które powinny zapewnić zgodność prowadzonej działalności z obowiązującymi przepisami prawa. Dotyczy to w szczególności konstruowania treści informacji kierowanych do konsumentów. Zgromadzony materiał dowodowy nie wskazuje jednakże, aby działania Spółki miały charakter umyślny.

Prezes Urzędu rozstrzygając wagę naruszeń uwzględnił również długi okres stosowania zakwestionowanej praktyki. Spółka rozpowszechniała zakwestionowaną informację w okresie od 1 lutego 2021 r. do 1 września 2022 r. Zważywszy, że praktyka stosowana była przez ponad rok, Prezes Urzędu ocenił okres jej stosowania jako długotrwały.

Na tej podstawie Prezes Urzędu ustalił kwotę bazową kary na poziomie [usunięto]% obrotu Spółki, tj. 293 874,73 zł (słownie: dwieście dziewięćdziesiąt trzy tysiące osiemset siedemdziesiąt cztery złote 73/100).

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

W niniejszej sprawie Prezes UOKiK zidentyfikował zarówno okoliczności łagodzące, jak i obciążające.

Okolicznością łagodzącą w niniejszej sprawie jest przede wszystkim zaniechanie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów bezpośrednio po wszczęciu postępowania. APCOA niezwłocznie po wszczęciu postępowania podjęła kroki mające na celu wyeliminowanie zakwestionowanej informacji i zastąpiła ją nową, która nie wprowadzała konsumentów w błąd. Powyższe prowadzi więc do wniosku, że ustalona kara może zostać obniżona o 20% wyliczonej kwoty bazowej.

W niniejszej sprawie należy także wziąć pod uwagę okoliczność obciążającą, jaką jest znaczny zasięg terytorialny naruszenia. Spółka bowiem posiada parkingi na całym terenie Polski, a więc z informacją przez nią rozpowszechnianą mógł zapoznać się mieszkaniec każdej miejscowości w Polsce, który otrzymał Wezwanie w związku z niepobraniem biletu parkingowego, jak też wchodzący na stronę internetową Spółki w celu złożenia reklamacji. Okoliczność ta uzasadnia podwyższenie kwoty bazowej kary nałożonej na Spółkę o 20%.

Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu ustalił wysokość kary za stosowanie praktyki określonej w pkt. I.1. sentencji niniejszej decyzji na kwotę **293 875 zł (słownie: dwieście dziewięćdziesiąt trzy tysiące osiemset siedemdziesiąt pięć złotych)** w zaokrągleniu. Kwota ustalonej wyżej kary stanowi ok. [usunięto]% obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2021 r. oraz stanowi ok. [usunięto]% maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 okik.

Kara ta jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ww. ustawy i współmierna do możliwości finansowych Spółki.

W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie III.1. sentencji niniejszej decyzji.

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określona w punkcie III.2. sentencji decyzji

Przy ustaleniu wysokości kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę: okoliczności naruszenia przez Spółkę przepisów ustawy, które zostały opisane szczegółowo we wcześniejszej części decyzji oraz okres, stopień i skutki rynkowe naruszenia. Prezes Urzędu rozważył ponadto, czy wysokość kary powinna podlegać modyfikacjom z uwagi na okoliczności łagodzące lub obciążające.

Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów Prezes Urzędu w pkt. I.2. rozstrzygnięcia decyzji uznał działanie Spółki polegające na zamieszczaniu w pismach zawierających odmowę uwzględnienia reklamacji dotyczących Wezwania nieprawdziwej informacji, iż w sytuacji nieuiszczenia opłaty parkingowej w wyznaczonym terminie konsument zostanie dodatkowo obciążony kosztami pozyskania danych właściciela pojazdu oraz kosztami postępowania egzekucyjnego i windykacji, która to praktyka wprowadza konsumentów w błąd co do nieuchronności poniesienia takich opłat, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 upnpr oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 okik.

Prezes Urzędu przy nakładaniu kary uwzględnił okoliczność, że kwestionowana praktyka była stosowana przez Spółkę jako profesjonalistę wobec konsumentów jako słabszych uczestników obrotu. W ocenie Prezesa Urzędu nie ma wątpliwości, że zastosowanie wskazanej praktyki jest przejawem nierównorzędnego traktowania konsumentów. Prezes Urzędu wziął przy tym pod uwagę, iż kwestionowana praktyka wywołuje negatywne skutki w odniesieniu do pozaekonomicznych oraz ekonomicznych interesów konsumentów. Praktyka, o której mowa w pkt. I.2. sentencji decyzji odnosi się do przekazywania informacji w negatywnych odpowiedziach na reklamacje konsumentów dotyczące Wezwania. Konsumenci nie wiedzieli więc, że wszczęcie postępowania egzekucyjnego i poniesienie przez nich dodatkowych kosztów jest wydarzeniem niepewnym.

W ocenie Prezesa Urzędu stopień naruszenia zarzucanego Spółce jest znaczny. Zgodnie z art. 111 okik stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia. Prawo konsumenta do informacji jest wartością konstytucyjną, Spółka działa jako profesjonalista, a stosowana przez nią praktyka uderza w konsumentów jako słabszych uczestników obrotu, będących kierowcami pojazdów, którzy złożyli reklamację dot. Wezwania oraz otrzymali negatywną odpowiedź na tę reklamację. Zdaniem Prezesa Urzędu również skutki rynkowe omawianego naruszenia mają szeroki zakres, bowiem kwestionowana praktyka miała zastosowanie do wszystkich konsumentów, którzy zdecydowali się zaparkować samochód na parkingu zarządzanym przez Spółkę, otrzymali Wezwanie, w związku z nim złożyli reklamację i otrzymali negatywną odpowiedź.

Wagę praktyki należy określić jako znaczną ze względu na skutki, które wywołuje w sferze interesów konsumentów. Prezes Urzędu w szczególności wziął pod uwagę, że praktyka stosowana przez Spółkę stanowi nieuczciwą praktykę rynkową i godzi w zbiorowe interesy konsumentów. Konsumenci nie wiedzieli bowiem, że wszczęcie postępowania windykacyjnego i obciążenie ich jego kosztami nie jest nieuniknione.

Prezes Urzędu stwierdził, że praktyka opisana w pkt. I.2. sentencji niniejszej decyzji miała charakter nieumyślny. W ocenie Prezesa Urzędu, treść przekazywanej konsumentom informacji mogła być efektem niezamierzonych działań. Zdaniem Prezesa Urzędu APCOA jako profesjonalista powinna zdawać sobie jednak sprawę, że tak skonstruowana informacja może

wprowadzać klientów w błąd co do nieuchronności poniesienia wskazanych przez Spółkę opłat. Spółka jako profesjonalista dysponuje kapitałem finansowym oraz zapleczem ludzkim, które powinny zapewnić zgodność prowadzonej działalności z obowiązującymi przepisami prawa. Dotyczy to w szczególności konstruowania przekazywanych konsumentom informacji w taki sposób, aby nie wprowadzały ich one w błąd. Zgromadzony materiał dowodowy nie wskazuje jednakże, aby działania Spółki miały charakter umyślny.

Prezes Urzędu rozstrzygając wagę naruszeń uwzględnił również długi okres stosowania zakwestionowanej praktyki. Spółka rozpowszechniała zakwestionowaną informację w okresie od 2 października 2020 r. do 21 lipca 2022 r. Zważywszy, że praktyka stosowana była przez ponad rok, Prezes Urzędu ocenił okres jej stosowania jako długotrwały.

Na tej podstawie Prezes Urzędu ustalił kwotę bazową kary na poziomie [usunięto]% obrotu Spółki, tj. 293 874,73 zł (słownie: dwieście dziewięćdziesiąt trzy tysiące osiemset siedemdziesiąt cztery złote 73/100).

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

W niniejszej sprawie Prezes UOKiK zidentyfikował zarówno okoliczności łagodzące, jak i obciążające.

Okolicznością łagodzącą w niniejszej sprawie jest przede wszystkim zaniechanie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów bezpośrednio po wszczęciu postępowania. APCOA niezwłocznie po wszczęciu postępowania podjęła kroki mające na celu wyeliminowanie zakwestionowanej informacji i zastąpiła ją nową, która nie wprowadza konsumentów w błąd. Powyższe prowadzi więc do wniosku, że ustalona kara zostaje obniżona o 20% wyliczonej kwoty bazowej.

W niniejszej sprawie należy także wziąć pod uwagę okoliczność obciążającą, jaką jest znaczny zasięg terytorialny naruszenia. Spółka bowiem posiada parkingi na całym terenie Polski, a więc z informacją przez nią rozpowszechnianą mógł zapoznać się mieszkaniec każdej miejscowości w Polsce, który złożył reklamację dot. otrzymanego Wezwania i otrzymał negatywną odpowiedź Spółki. Z tego względu kwota bazowa kary nałożonej na Spółkę ulega podwyższeniu o 20%.

Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu ustalił wysokość kary za stosowanie praktyki określonej w pkt. I.2. sentencji niniejszej decyzji na kwotę **293 875 zł (słownie: dwieście dziewięćdziesiąt trzy tysiące osiemset siedemdziesiąt pięć złotych)** w zaokrągleniu. Kwota ustalonej wyżej kary stanowi ok. [usunięto]% obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2021 r. oraz stanowi ok. [usunięto]% maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 okik.

Kara ta jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ww. ustawy i współmierna do możliwości finansowych Spółki. Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że kara ta spełni funkcję prewencyjną (zarówno w ujęciu ogólnym, jak i indywidualnym) oraz funkcję represyjną.

W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie III.2. sentencji niniejszej decyzji.

Kara za stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określona w punkcie III.3. sentencji decyzji

Przy ustaleniu wysokości kary Prezes Urzędu wziął pod uwagę: okoliczności naruszenia przez Spółkę przepisów ustawy, które zostały opisane szczegółowo we wcześniejszej części decyzji oraz okres, stopień i skutki rynkowe naruszenia. Prezes Urzędu rozważył ponadto, czy wysokość kary powinna podlegać modyfikacjom z uwagi na okoliczności łagodzące lub obciążające.

Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów Prezes Urzędu w pkt. I.3. rozstrzygnięcia decyzji uznał działanie Spółki polegające na zamieszczaniu na stronie internetowej należącej do APCOA postanowienia o treści: *„Reklamacje rozpatrywane są według kolejności zgłoszeń, w miarę możliwości w terminie do 30 dni. Termin ten może ulec wydłużeniu w przypadku dużej ilości zgłoszeń”*, która to praktyka jest sprzeczna z art. 7a ust. 2 w zw. z art. 7a ust. 1 w zw. z art. 7 upk oraz godzi w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Prezes Urzędu przy nakładaniu kary uwzględnił okoliczność, że kwestionowana praktyka była stosowana przez Spółkę jako profesjonalistę wobec konsumentów jako słabszych uczestników obrotu. W ocenie Prezesa Urzędu nie ma wątpliwości, że zastosowanie wskazanej praktyki jest przejawem nierównorzędnego traktowania konsumentów. Prezes Urzędu wziął przy tym pod uwagę, iż kwestionowana praktyka wywołuje negatywne skutki w odniesieniu do pozaekonomicznych interesów konsumentów. Praktyka, o której mowa w pkt. I.3. sentencji decyzji odnosi się do informowania konsumentów, że Spółka może rozpatrzyć złożoną reklamację w terminie dłuższym niż 30 dni.

W ocenie Prezesa Urzędu stopień naruszenia zarzucanego Spółce jest znaczny. Zgodnie z art. 111 okik stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia. Prawo konsumenta do informacji jest wartością konstytucyjną, Spółka działa jako profesjonalista, a stosowana przez nią praktyka uderza w konsumentów jako słabszych uczestników obrotu, będących kierowcami pojazdów, którzy weszli na stronę internetową Spółki w celu złożenia reklamacji i tam zapoznali się z kwestionowaną informacją. Zdaniem Prezesa Urzędu również skutki rynkowe omawianego naruszenia mają szeroki zakres, bowiem kwestionowana praktyka miała zastosowanie do wszystkich konsumentów, którzy zdecydowali się zaparkować samochód na parkingu zarządzanym przez Spółkę, otrzymali Wezwanie i w związku z nim chcieli złożyć reklamację oraz zapoznać się z informacjami dot. rozpatrywania reklamacji przez APCOA.

Wagę praktyki należy określić jako znaczną ze względu na skutki, które wywołuje w sferze interesów konsumentów. Prezes Urzędu w szczególności wziął pod uwagę, że praktyka stosowana przez Spółkę jest sprzeczna z prawem i godzi w zbiorowe interesy konsumentów. Konsumenci nie wiedzieli bowiem, że Spółka posiada 30 dni na udzielenie odpowiedzi na reklamację, a w przeciwnym wypadku roszczenia konsumenta uznaje się za uzasadnione.

Prezes Urzędu stwierdził, że praktyka opisana w pkt. I.3. sentencji niniejszej decyzji miała charakter nieumyślny. W ocenie Prezesa Urzędu, treść przekazywanej konsumentom informacji mogła być efektem niezamierzonych działań. Zdaniem Prezesa Urzędu APCOA jako profesjonalista powinna zdawać sobie jednak sprawę, że tak skonstruowana informacja może skutkować dezinformacją klientów co do terminu rozpatrywania reklamacji i skutków z tym związanych. Spółka jako profesjonalista dysponuje kapitałem finansowym oraz zapleczem ludzkim, które powinny zapewnić zgodność prowadzonej działalności z obowiązującymi

przepisami prawa. Dotyczy to w szczególności konstruowania przekazywanych konsumentom informacji w taki sposób, aby odzwierciedlały aktualny stan prawny. Zgromadzony materiał dowodowy nie wskazuje jednakże, aby działania Spółki miały charakter umyślny.

Prezes Urzędu rozstrzygając wagę naruszeń uwzględnił również długi okres stosowania zakwestionowanej praktyki. Spółka rozpowszechniała zakwestionowaną informację w okresie od 1 lutego 2021 r. do 3 sierpnia 2022 r. Zważywszy, że praktyka stosowana była przez ponad rok, Prezes Urzędu ocenił okres jej stosowania jako długotrwały.

Na tej podstawie Prezes Urzędu ustalił kwotę bazową kary na poziomie [usunięto]**%** obrotu Spółki, tj. 235 099,78 zł (słownie: dwieście trzydzieści pięć tysięcy dziewięćdziesiąt dziewięć złotych 78/100).

W dalszym etapie kalkulacji kary Prezes Urzędu rozważył, czy ustalona kwota bazowa powinna podlegać modyfikacjom ze względu na występujące w sprawie okoliczności łagodzące bądź obciążające.

W niniejszej sprawie Prezes UOKiK zidentyfikował zarówno okoliczności łagodzące, jak i obciążające.

Okolicznością łagodzącą w niniejszej sprawie jest przede wszystkim zaniechanie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów bezpośrednio po wszczęciu postępowania. APCOA niezwłocznie po wszczęciu postępowania podjęła kroki mające na celu wyeliminowanie zakwestionowanej informacji i zastąpiła ją nową, zgodną z prawem. Powyższe prowadzi więc do wniosku, że ustalona kara zostaje obniżona o 20% wyliczonej kwoty bazowej.

W niniejszej sprawie należy także wziąć pod uwagę okoliczność obciążającą, jaką jest znaczny zasięg terytorialny naruszenia. Spółka bowiem posiada parkingi na całym terenie Polski, a więc z informacją przez nią rozpowszechnianą mógł zapoznać się mieszkaniec każdej miejscowości w Polsce, który wszedł na stronę Spółki chcąc złożyć reklamację i jednocześnie zapoznać się z zasadami związanymi z rozpatrywaniem reklamacji obowiązującymi w APCOA. Z tego względu kwota bazowa kary nałożonej na Spółkę ulega podwyższeniu o 20%.

Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu ustalił wysokość kary za stosowanie praktyki określonej w pkt. I.3. sentencji niniejszej decyzji na kwotę **235 100 zł (słownie: dwieście trzydzieści pięć tysięcy sto złotych)** w zaokrągleniu. Kwota ustalonej wyżej kary stanowi ok. [usunięto]% obrotu osiągniętego przez Spółkę w 2021 r. oraz stanowi ok. [usunięto]% maksymalnego wymiaru kary przewidzianego w art. 106 ust. 1 okik.

Kara ta jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ww. ustawy i współmierna do możliwości finansowych Spółki. Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że kara ta spełni funkcję prewencyjną (zarówno w ujęciu ogólnym, jak i indywidualnym) oraz funkcję represyjną.

W związku z powyższym Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie III.3. sentencji niniejszej decyzji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 okik 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 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000

Mając powyższe na uwadze orzeczono jak w punkcie III. sentencji niniejszej decyzji.

IV. Koszty postępowania

Stosownie do art. 77 ust. 1 okik, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ww. ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest

obowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie z art. 80 okik, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Podobnie w treści przepisu art. 264 § 1 *ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. - Kodeks postępowania administracyjnego* (Dz. U. z 2022 r. poz. 2000 ze zm.; dalej: „KPA") wprowadzono wymóg, zgodnie z którym jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia. Natomiast stosownie do dyspozycji przepisu art. 263 § 1 KPA - do kosztów postępowania zalicza się m.in. koszty doręczenia stronom pism urzędowych.

W punkcie I. sentencji niniejszej decyzji Prezes UOKiK w wyniku przeprowadzonego postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów stwierdził naruszenie przez APCOA przepisów ustawy (art. 24 okik). Spełniona została zatem przesłanka wynikająca z art. 77 ust. 1 okik pozwalająca na obciążenie tego przedsiębiorcy kosztami przeprowadzonego postępowania, którymi są dla Prezesa Urzędu wydatki związane korespondencją prowadzoną w toku niniejszego postępowania. Nałożony obowiązek zwrotu kosztów znajduje uzasadnienie w tym, iż w toku postępowania Prezes Urzędu poniósł koszty korespondencji w wysokości **50,31 zł** (słownie: pięćdziesiąt złotych 31/100).

Koszty niniejszego postępowania określone w punkcie IV. rozstrzygnięcia niniejszej decyzji Spółka obowiązana jest wpłacić w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji, na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

NBP o/o Warszawa nr 51 1010 1010 0078 7822 3100 0000

Pouczenia:

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 okik w związku z art. 479^{28} § 2 *Kodeksu postępowania cywilnego* - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie miesiąca od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, Plac Szczepański 5, 31-011 Kraków.

W przypadku zakwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach postępowania, zawartego w punkcie IV. sentencji niniejszej decyzji - stosownie do treści art. 81 ust. 5 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* w zw. z art. 479^{32} § 1 i 2 kpc oraz art. 264 § 2 KPA w zw. z art. 83 okik, stronie przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodniowym od dnia doręczenia niniejszej decyzji, wnoszone za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, pl. Szczepański 5, 31-011 Kraków.

Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w zw. z art. 32 ust. 1 *ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych* (Dz. U. z 2022 r. poz. 1125 j.t.; dalej: „ustawa o kosztach"), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł. Z kolei, zgodnie z art. 32 ust. 2 ustawy o kosztach, zażalenie na postanowienie Prezesa Urzędu podlega opłacie w kwocie 500 zł.

Zgodnie z art. 103 *ustawy o kosztach*, Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 *ustawy o kosztach*, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 *Kodeksu postępowania cywilnego* strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego. Osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego. Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Dyrektor Delegatury UOKiK w Krakowie

Waldemar Jurasz

Otrzymują:

1x [usunięto]
pełnomocniczki:
APCOA Parking Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie
1x RKR a/a