

PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
w Warszawie

RWA- 61/6/2003/MB

Warszawa, dn. 28 listopada 2003 r.

DECYZJA NR RWA - 20/2003

I. Na podstawie art. 23 c ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 z późn. zm.) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. z 2002 r. Nr 18 poz. 172 z późn. zm.), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznaje się, iż stosowany przez Biuro Turystyczne „NEW POLAND” Sp. z o.o. w Warszawie zapis zawarty w „*Ogólnych warunkach uczestnictwa w imprezach turystycznych organizowanych przez biuro New Poland*” o następującej treści:

II.5 „*Biuro*” *zastrzega sobie prawo zmiany ceny imprezy w czasie do 14 dni przed jej rozpoczęciem. Zmiany mogą być dokonane z przyczyn niezależnych od „Biura” np. wzrostu kursów walut, kosztów transportu, cel, podatków lub opłat za usługi lotniskowe.*”

stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na posługiwaniu się w „*Ogólnych warunkach uczestnictwa (...)*” zapisem niezgodnym z art. 17 ust. 1, a także art. 17 ust. 2 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (tekst jedn. Dz. U. z 2001 r. Nr 55, poz. 578) **i nakazuje zaniechanie jej stosowania.**

II. Na podstawie art. 23 d ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 z późn. zm.) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. z 2002 r. Nr 18 poz. 172 z późn. zm.), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów stwierdza się, iż podawanie przez Biuro Turystyczne NEW POLAND Sp. z o.o. w Warszawie w folderze, a także na stronach internetowych cen za oferowane przez Biuro Turystyczne „NEW POLAND” Sp. z o.o. usługi w walucie obcej (dolarach USA, EURO) **nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.**

UZASADNIENIE

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeprowadził analizy wzorców umownych stosowanych przez organizatorów turystyki (biura podróży) w zakresie ich zgodności z prawem. W ramach tych działań Delegatura UOKiK w Warszawie przeprowadziła m.in. analizę „*Ogólnych warunkach uczestnictwa (...)*” Biura Turystycznego NEW POLAND Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (*dalej: Biuro*), które stanowią integralną część umowy o świadczenie usług turystycznych Biura.

W ww. „*Ogólnych warunkach uczestnictwa (...)*” Biuro stosowało zapis, którego treść była niezgodna z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (tekst jedn. Dz. U. z 2001 r. Nr 55, poz. 578), co - zdaniem Prezesa Urzędu - stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Jednocześnie na stronach internetowych, a także w katalogu, Biuro podawało ceny za oferowane przez siebie usługi w walucie obcej (dolarach USA, EURO).

W związku z powyższym, postanowieniem z dnia 30 czerwca 2003 r., Prezes Urzędu wszczął postępowanie w sprawie uznania, iż stosowanie przez Biuro Turystyczne NEW POLAND Sp. z o.o. zapisu zawartego w „*Ogólnych warunkach uczestnictwa (...)*” **pkt II.5**, a także podawanie cen za oferowane przez Biuro usługi w walucie obcej stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającą na posługiwaniu się w „*Ogólnych warunkach uczestnictwa (...)*” zapisami niezgodnymi z art. 17 ust. 1, a także art. 17 ust. 2 ustawy o usługach turystycznych, a także na naruszeniu „zasady walutowości” wyrażonej w art. 358 § 1 Kodeksu cywilnego.

W przedmiotowym postanowieniu Prezes Urzędu wskazał, iż kwestionowany przez niego zapis **II.5** zawarty w „*Ogólnych warunkach uczestnictwa (...)*” stosowanych przez Biuro ma charakter bezprawny, ponieważ jest sprzeczny z ustawą o usługach turystycznych, a także godzi w zbiorowy interes konsumentów.

Prezes Urzędu wskazał także, iż podawanie cen w walucie obcej może naruszać „zasadę walutowości” wyrażoną w art. 358 § 1 Kodeksu cywilnego.

Jednocześnie, postanowieniem z dnia 30 czerwca 2003 r. Prezes Urzędu zaliczył w poczet dowodów informacje zawarte w folderze prezentującym ofertę Biura Turystycznego „NEW POLAND” Sp. z o.o., a także „*Ogólne warunki uczestnictwa w imprezach turystycznych organizowanych przez biuro NEW POLAND*” wraz ze „*Zgłoszeniem na imprezę turystyczną*”.

W odpowiedzi na zawiadomienie Prezesa Urzędu o wszczęciu postępowania administracyjnego, Biuro odniosło się do zarzutów postawionych w postanowieniu o wszczęciu postępowania w tym do kwestii podawania cen w walucie obcej.

Biuro jednocześnie przedstawiło zmienione brzmienie kwestionowanego przez Prezesa Urzędu zapisu **II.5**.

Na wezwanie Prezesa, Biuro ponownie zmieniło treść zapisu **II. 5**. Potwierdzeniem przedmiotowej zmiany było przesłanie przez Biuro „*Ogólnych Warunków Uczestnictwa (...)*” pismem z dnia 6 listopada 2003 r., w których pkt **II.5** został zmieniony.

Pismem z dnia 17 listopada 2003 r., Prezes Urzędu zawiadomił Biuro o zakończeniu postępowania dowodowego w przedmiotowej sprawie. Jednocześnie został wyznaczony termin na zapoznanie się strony z aktami niniejszej sprawy.

Mimo stosownego zawiadomienia Biuro nie skorzystało z uprawnienia do zapoznania się całością akt sprawy.

W toku postępowania dowodowego Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów ustalił, co następuje.

Przedmiotem działalności Biura Turystycznego „NEW POLAND” Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie jest organizowanie imprez turystycznych. Biuro jest organizatorem turystyki w rozumieniu art. 3 ust. 5 ustawy o usługach turystycznych.

Ww. ustawa określa warunki świadczenia przez przedsiębiorców i przedsiębiorców zagranicznych w rozumieniu ustawy z dnia 19 listopada 1999 r. – Prawo działalności gospodarczej (Dz. U. z 1999 r. Nr 101, poz. 1178 z późn zm.), usług turystycznych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, a także za granicą, jeżeli umowy z klientami o świadczenie tych usług są zawierane na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (art. 1 ww. ustawy).

Przedmiotowa ustawa w rozdziale trzecim zawiera kompleks przepisów dotyczących ochrony klienta.

Powyższe przepisy w zakresie dotyczącym zawierania umów między organizatorami turystyki a konsumentami mają stanowić *lex specialis* w stosunku do przepisów kodeksu cywilnego.¹ Dopiero w przypadkach nieuregulowanych ww. ustawą do umów z klientami zawieranych przez organizatorów turystyki i pośredników turystycznych stosuje się przepisy kodeksu cywilnego oraz inne przepisy dotyczące ochrony konsumentów (art. 11 ww. ustawy).

Ustawa o usługach turystycznych w rozdziale trzecim określa w szczególności:

- zakres informacji, które organizator turystyki jest obowiązany podać klientowi, a także skutki nie dopełnienia tego obowiązku,
- obligatoryjną treść umowy,
- obowiązek ubezpieczenia NNW i KL na rzecz konsumenta,
- formę umowy,
- przesłanki i warunki umożliwiające zmianę przez organizatora ceny,
- odpowiedzialność za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy o usługę turystyczną.²

Cechą specyficzną umowy o świadczenie usług turystycznych jest fakt, iż informacje pisemne udostępniane klientom przez organizatorów turystyki lub pośredników turystycznych zawarte w szczególności w broszurach, folderach, i katalogach stają się elementem umowy jeżeli umowa z klientem nie zawiera odmiennych postanowień.

Biuro w „Ogólnych warunkach uczestnictwa (...)” stosowało następujący zapis odnośnie możliwości zmiany ceny:

II.5 „Biuro” zastrzega sobie prawo zmiany ceny imprezy w czasie do 14 dni przed jej rozpoczęciem. Zmiany mogą być dokonane z przyczyn niezależnych od „Biura” np. wzrostu kursów walut, kosztów transportu, ceł, podatków lub opłat za usługi lotniskowe.”

Zgodnie z art. 17 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych „Cena ustalona w umowie nie może być podwyższona, chyba, że Umowa wyraźnie przewiduje możliwość podwyższenia ceny, a organizator turystyki udokumentuje wpływ na podwyższenie ceny jednej z następujących okoliczności:

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

¹ E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich*, Wydawnictwo C.H.Beck, Warszawa 2002, s.499.

² E. Łętowska, *Prawo umów...*, s.501- 505.

Takie sformułowanie art. 17 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych oznacza, iż przyczyny mogące mieć wpływ na wzrost ceny wymienione w powyższym artykule stanowią katalog zamknięty co powoduje, iż wzrost ceny usługi turystycznej po podpisaniu umowy może nastąpić tylko z przyczyn wymienionych w art. 17 ust. 1.

Zgodnie z art. 17 ust. 2 ustawy o usługach turystycznych cena ustalona w umowie nie może być podwyższona w okresie 20 dni przed datą wyjazdu.

W toku przedmiotowego postępowania Biuro zmieniło brzmienie kwestionowanego przez Prezesa Urzędu zapisu nadając mu następujące brzmienie *„Cena ustalona w umowie nie może być podwyższona w okresie 20 dni przed jej rozpoczęciem, jednakże zmiany ceny mogą być dokonane w przypadku wzrostu kosztów transportu, wzrostu opłat urzędowych, podatków lub opłat należnych za takie usługi jak lotniskowe, załadunkowe lub przeładunkowe, a także wzrostu kursów walut.”*

Na wezwanie Prezesa Urzędu Biuro ponownie zmieniło brzmienie zapisu nadając mu następujące brzmienie *„Cena ustalona w umowie nie może być podwyższona w okresie 20 dni przed datą wyjazdu.”*

Stosownie do art. 358 § 1 Kodeksu cywilnego, gdzie wyrażona została „zasada walutowości” *„z zastrzeżeniem wyjątków w ustawie przewidzianych, zobowiązania pieniężne na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej mogą być wyrażone tylko w pieniądzu polskim.”*

Należy zaznaczyć, iż zobowiązanie pieniężne jest szczególnym rodzajem zobowiązania, w którym przedmiotem świadczenia jest określona suma pieniężna. (*vide*: „Kodeks cywilny. Komentarz” pod redakcją K. Pietrzykowskiego Tom I, Wydawnictwo C.H.Beck, Warszawa 1997, str. 603).

Biuro ustosunkowując się do zarzutu, iż podawanie cen w walucie obcej może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na naruszeniu „zasady walutowości” wskazało, iż obecnie o tym jaka waluta ma być środkiem zapłaty, rozstrzyga w pierwszym rzędzie zgodna wola stron, a dopiero w przypadku jej braku należy przyjąć, iż wykonanie zobowiązania następuje przez zapłatę w pieniądzu polskim.

Biuro wskazało również, iż zobowiązania opiewające na waluty obce są zobowiązaniami, w których świadczenie polega na przekazaniu z majątku dłużnika do majątku wierzyciela pewnej wartości ekonomicznej pod postacią sumy pieniężnej w określonej jednostce pieniężnej. Ceny podawane więc w walucie obcej na folderach czy na stronach internetowych są ofertą i nie mogą być traktowane jako zawarcie zobowiązania pieniężnego. Biuro wyjaśniło, iż w umowach cywilnoprawnych zawieranych z klientami NEW POLAND Sp. z o.o. ceny przeliczane są na walutę polską wg kursu sprzedaży Banku PKO S.A. w dniu dokonania przez klienta pełnej wpłaty i zawierane są w pieniądzu polskim.

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów zważył, co następuje.

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003 r. Nr 86, poz. 804 z późn. zm.), przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Zatem przesłankami zastosowania normy wyinterpretowanej z art. 23a ust. 1 powołanej ustawy w przedmiotowej sprawie jest wykazanie: bezprawności działań przedsiębiorcy, godzenia tych działań w interes konsumenta, naruszania zbiorowego interesu konsumentów. Tworząc w art. 23a ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów katalog działań, które będą uznawane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca posłużył się zwrotem „w szczególności”. Oznacza to, że wskazany w przedmiotowym zapisie katalog ma charakter przykładowy.

Zgodnie z uzasadnieniem projektu rządowego ustawy z dnia 5 lipca 2002 r., nowelizującej ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów „Same przepisy art. 23a – 23d nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Działania te mogą okazać się bezprawne w razie ustalenia, że doszło do naruszenia przepisów innych ustaw, ale także zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów” (druk sejmowy nr 366, s. 20). Przepisy regulujące postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w przeważającej mierze mają charakter procesowy. Normy materialnoprawne istotne z punktu widzenia wydania decyzji znajdują się w innych ustawach, poza ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów. Prezes Urzędu, wydając decyzje, o jakiej mowa w art. 23c ustawy, musi zatem zastosować inne ustawy i na podstawie ich przepisów ocenić, czy działanie przedsiębiorcy było bezprawne.

Odnosnie pkt I decyzji.

Przesłankami zastosowania art. 23a ust. 1 powołanej ustawy w przedmiotowej sprawie jest wykazanie: bezprawności działań przedsiębiorcy, polegających na stosowaniu przez Biuro zapisu sprzecznego z ustawą o usługach turystycznych.

W opinii Prezesa Urzędu, wprowadzanie przez Biuro w punkcie **II.5** „*Ogólnych warunków uczestnictwa (..)*” przykładowego wyliczenia przyczyn mogących mieć wpływ na wzrost ceny było sprzeczne z dyspozycją art. 17 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych, ponieważ stwarzało możliwość podwyższenia tej ceny z przyczyn innych niż zostały wymienione w ww. artykule, co było działaniem bezprawnym.

Zdaniem Prezesa Urzędu, jako przykład należy tutaj podać sytuacje, gdy usługodawca zagraniczny, podnosi cenę ze względu na inflację w swoim kraju czy wzrost cen hotelowych, ryzyko takiego działania ponosi wtedy organizator turystyczny. Nie może on obciążać tymi kosztami klienta. Wprowadzenie natomiast przykładowego wyliczenia przyczyn mogących mieć wpływ na wzrost ceny stwarzało – w opinii Prezesa Urzędu - taką możliwość.

Wprowadzanie przez Biuro w punkcie **II.5** „*Ogólnych warunków uczestnictwa (...)*” zapisu umożliwiającego podwyższenie ceny imprezy do 14 dni przed jej rozpoczęciem było – w opinii Prezesa Urzędu - sprzeczne z dyspozycją art. 17 ust. 2 ustawy o usługach turystycznych.

Zgodnie z art. 17 ust. 2 ww. ustawy cena ustalona w umowie nie może być podwyższona w okresie 20 dni przed datą wyjazdu. Tymczasem Biuro wydłużało sobie okres, w którym cena może ulec zmianie, co było działaniem bezprawnym.

W opinii Prezesa Urzędu, takie sformułowanie artykułu 17 ust. 2 ustawy o usługach oznacza również, iż klient powinien być poinformowany o zmianie ceny nie później niż w okresie 20 dni przed rozpoczęciem imprezy turystycznej.

W opinii Prezesa Urzędu, zakwestionowane w przedmiotowej decyzji, działania Biura godzą w zbiorowy interes konsumentów. Do stwierdzenia stosowania przedmiotowej praktyki, niezbędne jest wykazanie, iż bezprawne działania przedsiębiorcy godzące w interes konsumentów, dotyczą tzw. zbiorowego interesu konsumentów. Zgodnie z art. 23a ust. 1 zd. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zbiorowym interesem konsumentów nie jest suma indywidualnych interesów konsumentów. Działania przedsiębiorcy muszą zatem dotykać ogółu konsumentów naruszając ich prawa na szeroką skalę.

W opinii Prezesa Urzędu, w przedmiotowej sprawie, mamy do czynienia z naruszeniem zbiorowego interesu konsumentów, bowiem kwestionowane zachowanie Biura dotyczy z góry nieokreślonej liczby konsumentów.

W świetle powyższych ustaleń faktycznych oraz analizy obowiązującego stanu prawnego należy stwierdzić, że w przedmiotowej sprawie został naruszony zbiorowy interes

konsumentów, poprzez bezprawne działanie Biura polegające na stosowaniu zapisu niezgodnego z ustawą o usługach turystycznych.

W związku z powyższym stosowanie przez Biuro zapisu niezgodnego z przepisami ustawy o usługach turystycznych, zdaniem Prezesa Urzędu stanowi praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Jednocześnie wobec wycofania się przez Biuro ze stosowania zapisu sprzecznego z ustawą o usługach turystycznych należy stwierdzić, iż praktyka ta została zaprzestana.

Zgodnie z art. 23c ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, elementem koniecznym decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów musi być nakaz zaniechania stosowania takich praktyk.

Zaprzestanie stosowania praktyk przez przedsiębiorcę przed wszczęciem postępowania nie uzasadnia odmowy wszczęcia postępowania. Zgodnie z art. 100g ww. ustawy nie wszczyna się postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli od końca roku, w którym zaprzestano ich stosowania upłynął rok. Na tej podstawie należy zatem wnioskować, że intencją ustawodawcy jest prowadzenie postępowania nawet wówczas, gdy przedsiębiorca zaprzestał stosowania przedmiotowych praktyk.

Postępowanie powinno zostać zakończone wydaniem decyzji na podstawie art. 23c ustawy, jeżeli uznaje się praktyki za naruszające zbiorowe interesy konsumentów, lub na podstawie art. 23d ustawy, w razie stwierdzenia, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów. Brak w ustawie wyraźnego przepisu (analogicznego do art. 10 ww. ustawy w stosunku do praktyk ograniczających konkurencję), który pozwalałby na uznanie stosowanej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i jednocześnie stwierdzającej zaniechanie jej stosowania.

Zgodnie z powyższym nawet jeżeli zaprzestano praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów może na podstawie art. 23c ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wydać decyzję, w której uzna praktyki za naruszające zbiorowe interesy konsumentów oraz nakaże przedsiębiorcy zaniechania ich stosowania.

Stąd nie można uznać że zaprzestanie przez Biuro stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów powodowałoby bezprzedmiotowość postępowania w sprawie, skutkującą jego umorzeniem.

Odnosnie pkt II decyzji.

Zdaniem Prezesa Urzędu, podawanie w walucie obcej (dolarach USA, EURO) cen za oferowane przez Biuro usługi nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

Zgodnie z „zasadą walutowości” wyrażoną w art. 358 § 1 k.c. „z zastrzeżeniem wyjątków w ustawie przewidzianych, zobowiązania pieniężne na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej mogą być wyrażone tylko w pieniądzu polskim.”.

Należy zaznaczyć, iż zobowiązanie jest stosunkiem prawnym, w którym jedna osoba (wierzyciel) może żądać od drugiej (dłużnik) świadczenia, a ta ostatnia powinna to świadczenie spełnić. Zobowiązanie jest przede wszystkim stosunkiem stwarzającym więź, która ma charakter prawny. W przypadku zobowiązań pieniężnych przedmiotem świadczenia jest określona wartość ekonomiczna pod postacią sumy pieniężnej wyrażonej w jakichś jednostkach pieniężnych.

Mając na względzie przedstawioną powyżej „zasadę walutowości” Prezes Urzędu zakwestionował działania Biura polegające na podawaniu cen w walucie obcej (dolarach USA).

Ustosunkowując się do przedstawionego zarzutu Biuro wskazało, iż obecnie o tym jaka

waluta ma być środkiem zapłaty, rozstrzyga w pierwszym rzędzie zgodna wola stron, a dopiero w jej braku należy przyjąć, iż wykonanie zobowiązania następuje przez zapłatę w pieniądzu polskim.

Biuro wskazało również, iż zobowiązania opiewające na waluty obce są zobowiązaniami, w których świadczenie polega na przekazaniu z majątku dłużnika do majątku wierzyciela pewnej wartości ekonomicznej pod postacią sumy pieniężnej w określonej jednostce pieniężnej. Ceny podawane więc w walucie obcej na folderach czy na stronach internetowych są ofertą i nie mogą być traktowane jako zawarcie zobowiązania pieniężnego. Biuro wyjaśniło, iż w umowach cywilnoprawnych zawieranych z klientami NEW POLAND Sp. z o.o. ceny przeliczane są na walutę polską wg kursu sprzedaży Banku PKO S.A. w dniu dokonania przez klienta pełnej wpłaty i zawierane są w pieniądzu polskim.

Mając na względzie wyjaśnienia Biura, a także analizę materiału dowodowego zgromadzonego w aktach przedmiotowego postępowania, Prezes Urzędu zważył, iż podawana przez Biuro cena stanowi rzeczywiście „ofertę”, a dopiero zawarcie umowy reguluje zobowiązania między stronami, w tym zobowiązania pieniężne.

Prezes Urzędu stwierdził również, iż podawanie przez Biuro w „*Warunkach uczestnictwa*” informacji, iż ceny przeliczane są na walutę polską wg kursu sprzedaży Banku PKO S.A. w dniu dokonania przez klienta pełnej wpłaty, można uznać za wprowadzenie „klauzuli waloryzacyjnej”, która jest odstępstwem od „zasady walutowości”, wyrażonej w art. 358 § 1 k.c.

Zgodnie z art. 358¹ § 2 k.c. gdzie wyrażona jest „klauzula waloryzacyjna” - „*strony mogą zastrzec w umowie, że wysokość świadczenia pieniężnego zostanie ustalona według innego niż pieniądź miernika wartości.*”

Pomimo użytego w omawianej regulacji sformułowania „(...) według innego niż pieniądź (...)”, nie budzi wątpliwości, że stosowanym miernikiem wartości mogą być także waluty obce.³

W związku z powyższym „miernikiem wartości” w umowie zawieranej przez Biuro z konsumentem jest kurs dolara amerykańskiego, EURO (bądź kurs innej waluty obcej) z dnia dokonania przez klienta pełnej wpłaty.

W związku z powyższym Prezes Urzędu uznał, iż podawanie przez Biuro cen w walucie obcej nie stanowi praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na naruszeniu „zasady walutowości” wyrażonej w art. 358 § 1 k.c.

Wobec powyższego orzeka się, jak w sentencji.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie.

Otrzymuje:

BIURO TURYSTYCZNE
NEW POLAND Sp. z o.o.
ul. Broniewskiego 7
01-780 Warszawa

³ W. Czachórski, „*Zobowiązania*”, Wydawnictwo Prawnicze PWN, Warszawa 1999, s. 88.

