



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA w ŁODZI**
ul. Piotrkowska 120
90-006 Łódź
tel. (42) 636 36 89, fax (42) 636 07 12
e'mail: lodz@uokik.gov.pl

RŁO- 61-19/13/AM

Łódź, dnia 23 grudnia 2013 r.

DECYZJA Nr RŁO 55/2013

I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy i § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko Rainbow Tours Spółce Akcyjnej z siedzibą w Łodzi

– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, mające miejsce od dnia 1 października 2012 r. do dnia 22 marca 2013 r., wprowadzające w błąd zaniechanie przez Rainbow Tours Spółkę Akcyjną z siedzibą w Łodzi polegające na pomijaniu przy zawieraniu z konsumentami umów na wyjazd do Tajlandii do hotelu Rawai Palm Beach Resort oferowany w Katalogu pn. „Ciepło, ciepło, gorąco! Egzotyka 2012/2013 Ameryka Północna, Ameryka Środkowa i Karaiby, Ameryka Południowa, Afryka, Azja. Wypoczynek i zwiedzanie” istotnej informacji dotyczącej tej usługi, co stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1, ust. 3 pkt 1 i ust. 4 pkt 1 w zw. z art. 3 i 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171 poz. 1206 ze zm.)

i stwierdza się zaniechanie jej stosowania z dniem 22 marca 2013 roku.

II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r., Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz stosownie do art. 33 ust. 5 i 6 tej ustawy i § 5 ust.2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. z 2009 r., Nr 107, poz. 887),

– **działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**

nakłada się na Rainbow Tours Spółkę Akcyjną z siedzibą w Łodzi **karę pieniężną**, płatną do budżetu państwa, w wysokości 88.342 złotych (osiemdziesiąt osiem tysięcy trzysta czterdzieści dwa złotych) z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w pkt I sentencji niniejszej decyzji.

III. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.) oraz art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2013 r., poz. 267) w związku z art. 83 wyżej wymienionej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do jej art. 33 ust. 5 i 6 i § 5 ust. 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 107, poz. 887)

– **działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:**

postanawia się obciążyć Rainbow Tours Spółkę Akcyjną z siedzibą w Łodzi **kosztami opisanego na wstępie postępowania** w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w kwocie **22,80 zł** (słownie: dwudziestu dwóch złotych 80/100) i zobowiązuje się Rainbow Tours Spółkę Akcyjną w Łodzi do ich zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie **7 dni** od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

W dniach od 10 maja do 14 sierpnia 2013 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatura Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi (dalej: Prezes Urzędu) przeprowadził postępowanie wyjaśniające o sygn. RŁO-405-22/13/AM w celu wstępnego ustalenia, czy działania Rainbow Tours Spółki Akcyjnej z siedzibą w Łodzi (dalej: Rainbow Tours) w zakresie sposobu informowania o świadczonych usługach nie naruszają chronionych prawem interesów konsumentów uzasadniając podjęcie działań określonych w odrębnych ustawach lub wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Podstawą wszczęcia postępowania była skarga konsumentka przekazana przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Łodzi, z której wynikało, iż Rainbow Tours podaje w katalogach turystycznych informacje wprowadzające konsumentów błąd tzn. informuje, że w ramach wycieczki do Tajlandii z noclegami w hotelu Rawai Palm Beach Resort konsumenci mogą korzystać bezpłatnie z przejazdów łodzią na Wyspę Bon, która to usługa na miejscu nie jest realizowana, mimo że stanowi istotną atrakcję miejscowości Phuket.

W toku postępowania wyjaśniającego Prezes Urzędu ustalił, że Rainbow Tours stosuje katalog o nazwie „*Ciepło, ciepło, gorąco!*” *Egzotyka 2012/2013 Ameryka Północna, Ameryka Środkowa i Karaiby, Ameryka Południowa, Afryka, Azja. Wypoczynek i zwiedzanie*”. Katalog ten zawiera ofertę wyjazdu do Tajlandii z noclegami w hotelu Rawai Palm Beach Resort. Katalog w wersji papierowej obowiązuje od dnia 2 maja 2012 r., a w wersji elektronicznej od dnia 17 maja 2012 r. W ofercie wyjazdu do hotelu Rawai Palm Beach Resort zawarto zapis, iż: „*Z plaży przy hotelu kursuje bezpłatna łódź (minimum 1 raz dziennie) dla gości hotelowych na pobliską Wyspę Bon słynącą z pięknych plaż. Podróż trwa tylko 10 minut.*”.

Prezes Urzędu ustalił ponadto, że Wyspa Bon stanowi istotną atrakcję turystyczną, gdyż – jak wskazała w katalogu Rainbow Tours – słynie z pięknych plaż. Ponadto, wyspa ta wchodzi w skład Parku Narodowego Similan i stanowi atrakcyjne miejsce do nurkowania.

Prezes Urzędu ustalił też, że na krótko przed pierwszym wylotem do hotelu (24 października 2012 r.) Rainbow Tours została poinformowana przez kontrahenta, że hotel wycofał się z realizowania transferów na Wyspę Bon. W związku z tym Rainbow Tours wystosowała komunikat do swoich agentów informujący o zmianach. W rezultacie, umowy zawarte z konsumentami po 24 października 2012 r. nie zawierały zapisu o bezpłatnych przejazdach na Wyspę Bon, ani też informacji o braku bezpłatnych przejazdów na Wyspę Bon (kwestia ta została w umowach przemilczana). Konsumenty, którzy zawierali umowy po 24 października 2012 r. mieli jednakże możliwość zapoznania się z informacją zawartą w katalogu, iż: „*Z plaży przy hotelu kursuje bezpłatna łódź (minimum 1 raz dziennie) dla gości hotelowych na pobliską Wyspę Bon słynącą z pięknych plaż*”. Dodatkowo, pomimo wycofania transferów na Wyspę Bon cena wyjazdów organizowanych na podstawie umów zawartych po 24 października 2012 r. pozostała bez zmian. Powyższe, w ocenie Prezesa Urzędu uzasadniało podejrzenie, że Rainbow Tours, po dniu 24 października 2012 r., zawierając z konsumentami umowy na wyjazd do Tajlandii do hotelu Rawai Palm Beach Resort mogła wprowadzać konsumentów w błąd w kwestii bezpłatnych przejazdów na Wyspę Bon.

W tym stanie rzeczy Prezes Urzędu Postanowieniem Nr 1/61-19/13 z dnia 7 października 2013 r. wszczął postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania przez Rainbow Tours Spółkę Akcyjną z siedzibą w Łodzi w okresie od dnia 2 maja 2012 r. do dnia 22 marca 2013 r. praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na wprowadzającym w błąd zaniechaniu poprzez pomijanie przy zawieraniu z konsumentami umów na wyjazd do Tajlandii do hotelu Rawai Palm Beach Resort oferowany w Katalogu pn. „*Ciepło, ciepło, gorąco! Egzotyka 2012/2013 Ameryka Północna, Ameryka Środkowa i Karaiby, Ameryka Południowa, Afryka, Azja. Wypoczynek i zwiedzanie*” istotnej informacji dotyczącej tej usługi, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 6 ust. 1, ust. 3 pkt 1 i ust. 4 pkt 1 w zw. z art. 3 i 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171 poz. 1206 ze zm.) i tym samym naruszać art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, o czym zawiadomił Rainbow Tours (dowód: karty Nr 1-9).

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania Rainbow Tours podniosła, że nie zgadza się z postawionym jej zarzutem i wskazała, że niezwłocznie po powzięciu wiadomości, że kontrahent miejscowy w Tajlandii w hotelu Rawai Beach Resort nie jest w stanie wywiązać się z wcześniejszych zobowiązań tj. bezpłatnego przewozu turystów na Wyspę Bon, poinformowała turystów, z którymi miała zawarte umowy o zmianie co do zakresu świadczeń objętych umową i zaproponowała pieniężną rekompensatę. Dodatkowo, w odniesieniu do

potencjalnych nabywców usługi zmieniła treść oferty dostosowując ją do aktualnego zakresu i eliminując z opisu element, którego już nie świadczyła. Ponadto, każdy bezpośredni sprzedawca usługi miał obowiązek informować konsumentów o jej zakresie. Pracownicy Rainbow Tours zostali zobowiązani do przekazania informacji na temat zakresu usług z uwzględnieniem, że w aktualnej ofercie nie będzie bezpłatnego przewozu łodzią z hotelu na Wyspę Bon (dowód: karty Nr 117-131).

Postanowieniem Nr 3/61-19/13 z dnia 13 listopada 2013 r. (dowód: karty Nr 146-148) Prezes Urzędu zmienił Postanowienie Nr 1/61-19/13 z dnia 7 października 2013 r. w ten sposób, że zarzucił Rainbow Tours stosowanie niedozwolonej praktyki w innych ramach czasowych tj. w okresie od dnia 1 października 2012 r. do dnia 22 marca 2013 r. Powyższe wynikało z ustalenia w toku postępowania, że Rainbow Tours powzięła informację o wycofaniu się przez hotel Rawai Palm Beach Resort z transferów na Wyspę Bon już na przełomie września i października 2012 r. Niezwłocznie po powzięciu tej informacji kierownik produktu wprowadził zmiany do opisu hotelu w systemie rezerwacyjnym. W rezultacie, pierwsza umowa, jaka została zawarta przez Rainbow Tours na wyjazd do hotelu Rawai Palm Beach Resort w Tajlandii, która nie zawierała postanowienia o bezpłatnych przejazdach łodzią na Wyspę Bon, ani też informacji o braku bezpłatnych przejazdów łodzią na Wyspę Bon została zawarta w dniu 1 października 2012 r. (dowód: karty 134-145). W tym stanie rzeczy ramy czasowe, w których miała miejsce niedozwolona praktyka obejmowały okres od dnia 1 października 2012 r. tj. od dnia podpisania pierwszej umowy, w której pominięta została istotna informacja dotycząca usługi, do dnia 22 marca 2013 r., w którym rozpoczęła się ostatnia wycieczka do hotelu Rawai Palm Beach Resort. Prezes Urzędu ustalił w postępowaniu, że w dniu 24 października 2012 r. Rainbow Tours uzyskała natomiast od kontrahenta oficjalną informację, że hotel wycofał się z realizowania transferów na Wyspę Bon. Na tej podstawie, tego samego dnia został wystosowany komunikat do całej sieci sprzedaży o braku bezpłatnych transferów łodzią na Wyspę Bon (dowód: karty Nr 134-135).

W dniu 27 listopada 2013 r. Prezes Urzędu zawiadomił Rainbow Tours o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w tej sprawie i możliwości zapoznania się z dowodami zgromadzonymi w postępowaniu (dowód: karta Nr 170). W odpowiedzi na zawiadomienie zarząd Rainbow Tours złożył oświadczenie, że w przyszłości nie dopuści, aby w analogicznych sytuacjach powstawały wątpliwości klientów co do zakresu świadczonych usług. Wskazał jednocześnie, że składa to oświadczenie w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (dowód: karta 175-177).

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

Rainbow Tours jest spółką akcyjną wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000178650. Przedmiotem jej działalności jest m.in. działalność agentów i pośredników turystycznych oraz organizatorów turystyki (dowód: karty Nr 26-30). Rainbow Tours jest także wpisana do rejestru organizatorów turystyki i pośredników turystycznych pod poz. Nr 157 (dowód: karta Nr 32). Rainbow Tours prowadzi działalność na terenie całego kraju, w tym za pośrednictwem strony internetowej (dowód: okoliczność znana Prezesowi Urzędu z urzędu).

W dniu 24 kwietnia 2013 r. do Prezesa Urzędu pismem Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Łodzi z dnia 16 kwietnia 2013 r. została przekazana skarga konsumentka,

z dnia 9 kwietnia 2013 r., z której wynikało, iż Rainbow Tours przekazuje w katalogach turystycznych informacje wprowadzające konsumentów błąd tzn. informuje, że w ramach wycieczki do Tajlandii z noclegami w hotelu Rawai Palm Beach Resort konsumenci mogą korzystać bezpłatnie z przejazdów łodzią na Wyspę Bon, która to usługa na miejscu nie jest realizowana, mimo że stanowi istotną atrakcję miejscowości Phuket (dowód: karty Nr 10-18).

Prezes Urzędu ustalił, że Rainbow Tours stosuje katalog zawierający ofertę wyjazdu do Tajlandii z noclegami w hotelu Rawai Palm Beach Resort, który w formie papierowej obowiązywał od dnia 2 maja 2012 r., a w wersji elektronicznej od dnia 17 maja 2012 r. i nosił nazwę „*Ciepło, ciepło, gorąco!*” *Egzotyka 2012/2013 Ameryka Północna, Ameryka Środkowa i Karaiby, Ameryka Południowa, Afryka, Azja. Wypoczynek i zwiedzanie*” - dalej: katalog (dowód: karty Nr 20-23, 99). Na podstawie oferty zawartej na stronie numer 103 tego katalogu Rainbow Tours zorganizowała w terminach: od 2 listopada 2012 r., od 16 listopada 2012 r., od 30 listopada 2012 r., od 14 grudnia 2012 r., od 28 grudnia 2012 r., od 8 lutego 2013 r., od 22 lutego 2013 r., od 8 marca 2013 r. i od 22 marca 2013 r. dwutygodniowe wyjazdy do Tajlandii do hotelu Rawai Palm Beach Resort. W ofercie wyjazdu do tego hotelu zawarto zapis, iż: „*Z plaży przy hotelu kursuje bezpłatna łódź (minimum 1 raz dziennie) dla gości hotelowych na pobliską Wyspę Bon słynącą z pięknych plaż. Podróż trwa tylko 10 minut.*” (dowód: karta Nr 99 s. 103).

Prezes Urzędu ustalił ponadto, że Wyspa Bon stanowi istotną atrakcję turystyczną, gdyż słynie z pięknych plaż oraz wchodzi w skład Parku Narodowego Similan i stanowi atrakcyjne miejsce do nurkowania (dowód: karta Nr 99 s. 103, fakt powszechnie znany).

W okresie obowiązywania katalogu Rainbow Tours zawarła (*tajemnica przedsiębiorstwa*) umów dotyczących wyjazdu do hotelu Rawai Palm Beach Resort, które objęły (*tajemnica przedsiębiorstwa*) uczestników (dowód: karty Nr 20-22).

Na podstawie wyjaśnień Rainbow Tour Prezes Urzędu ustalił, że na przełomie września i października 2012 r. Rainbow Tours otrzymała wiadomość o problemach z realizacją świadczenia polegającego na bezpłatnym przejeździe łódką z hotelu Rawai Palm Beach Resort na Wyspę Bon. Niezwłocznie po powzięciu tej informacji kierownik produktu wprowadził zmiany do opisu hotelu w systemie rezerwacyjnym dla agentów (dowód: karty Nr 134-135).

W konsekwencji, od dnia 1 października 2012 r. Rainbow Tours zawierała z konsumentami umowy na wyjazd do tego hotelu, które nie zawierały informacji o bezpłatnych przejazdach łodzią na Wyspę Bon, ani też informacji o braku bezpłatnych przejazdów łódką na Wyspę Bon - informacja ta została pominięta (dowód: karty Nr 142-145, 60-63, 34-37, 40-42, 43-44, 45-47, 49-52, 53-55, 92-95, 96-98). Jednocześnie konsumenci zawierający te umowy mieli możliwość zapoznania się z informacją zawartą w katalogu wydanym zarówno w formie pisemnej, jak i elektronicznej, iż: „*Z plaży przy hotelu kursuje bezpłatna łódź (minimum 1 raz dziennie) dla gości hotelowych na pobliską Wyspę Bon słynącą z pięknych plaż*” (dowód: karty Nr 10-18, 99 s. 103, okoliczność znana Prezesowi Urzędu urzędowo).

Umowy zawierane przez Rainbow Tours przed dniem 1 października 2012 r. na wyjazd do hotelu Rawai Palm Beach Resort w Tajlandii zawierały wyraźną informację o treści: „*Z plaży przy hotelu kursuje bezpłatna łódź (minimum 1 raz dziennie) dla gości hotelowych na pobliską Wyspę Bon słynącą z pięknych plaż*” (dowód: karty Nr 38-39, 57-59, 71-73, 84-87, 88-91).

Rainbow Tours oświadczyła w toku postępowania, że próbowała nakłonić kontrahenta z Tajlandii do realizacji świadczenia i zwróciła się do niego z wezwaniem do wyjaśnienia sytuacji. Na krótko przed pierwszym wylotem do hotelu (24 października 2012 r.) Rainbow Tours została

oficjalnie poinformowana przez kontrahenta, że hotel wycofał się z realizowania transferów na Wyspę Bon. W związku z tym w dniu 24 października 2012 r. Rainbow Tours wystosowała komunikat do swoich agentów informujący o zmianach i braku bezpłatnych transferów na Wyspę Bon (dowód: karty Nr 20-21, 101-103, 106-109, 134-135). Konsumenci, którzy mieli zawarte umowy, w których zostały uwzględnione bezpłatne przejazdy łodzią na Wyspę Bon otrzymali rekompensatę za brak powyższego świadczenia w wysokości (*tajemnica przedsiębiorstwa*) od osoby. Wszystkie osoby posiadające takie umowy przyjęły rekompensatę i zaakceptowały zmianę (dowód: karty Nr 101-103, 110-111).

Rainbow Tours oświadczyła ponadto, że w dniu 24 października 2012 r. opis wyjazdu do Hotelu Rawai Palm Beach Resort w Tajlandii zawarty w katalogu na stronie internetowej został zmodyfikowany w zakresie bezpłatnych przejazdów na Wyspę Bon oraz jednocześnie, że nie ma technicznej możliwości przedłożenia dowodów świadczących o dokonaniu zmiany tego opisu na stronie internetowej (dowód: karty Nr 104 i 105). Wyjaśniła także, że osoby zawierające umowy po dniu 24 października 2012 r. były informowane o wycofaniu się hotelu z realizacji bezpłatnych transferów na Wyspę Bon (dowód: karta Nr 115, 117-119).

Prezes Urzędu nie dał wiary oświadczeniom Rainbow Tours, iż z dniem powzięcia informacji o braku realizacji bezpłatnych transferów na Wyspę Bon Rainbow Tours wprowadziła zmiany opisu hotelu Rawai Palm Beach Resort w katalogu internetowym. Oświadczenie to pozostaje bowiem w sprzeczności z informacjami przekazanymi w skardze konsumentów z dnia 9 kwietnia 2013 r., która stała się podstawą wszczęcia postępowania (dowód: karty Nr 10-18) oraz informacjami powziętymi przez Prezesa Urzędu z urzędu w toku przygotowywania odpowiedzi na tę skargę. Dodatkowo, katalog internetowy nie był jedynym katalogiem, który był stosowany przez Rainbow Tours. Obok katalogu internetowego stosowała ona katalog w tradycyjnej formie papierowej, do którego nie były wprowadzane zmiany w opisie wyjazdu do hotelu Rawai Palm Beach Resort.

Prezes Urzędu nie dał także wiary wyjaśnieniom Rainbow Tours, że wszyscy konsumenci zawierający umowy po 24 października 2012 r. byli informowani przy zawieraniu umowy o zmianie dotyczącej oferty wyjazdu do hotelu Rawai Palm Beach Resort. Przeczy temu treść skargi konsumentów z dnia 9 kwietnia 2013 r., która stała się podstawą wszczęcia postępowania (dowód: karty Nr 10-18). Ponadto, Prezes Urzędu zwrócił uwagę na fakt, że umowy, które nie zawierały informacji o braku bezpłatnych przejazdów na Wyspę Bon były zawierane już od dnia 1 października 2012 r. (dowód: karty Nr 142-145).

Prezes Urzędu ustalił także w toku postępowania, że pomimo posiadania informacji o wycofaniu bezpłatnych transferów na Wyspę Bon cena wyjazdów oferowanych przez Rainbow Tours do Hotelu Rawai Palm Beach Hotel pozostała bez zmian (dowód: karta Nr 115).

Zgodnie z art. 12 ust. 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (t.j. Dz.U. z 2004 r. Nr 223 poz. 2268) – dalej: ustawa o usługach turystycznych, organizator turystyki lub pośrednik turystyczny, który proponuje klientom imprezy turystyczne lub usługi turystyczne, udostępniając im odpowiednie informacje pisemne, a w szczególności broszury, foldery, katalogi, jest obowiązany wskazać w tych materiałach w sposób dokładny i zrozumiały:

- 1) cenę imprezy turystycznej lub usługi turystycznej albo sposób jej ustalenia;
- 2) miejsce pobytu lub trasę imprezy;
- 3) rodzaj, klasę, kategorię lub charakterystykę środka transportu;
- 4) położenie, rodzaj i kategorię obiektu zakwaterowania, według przepisów kraju pobytu;
- 5) ilość i rodzaj posiłków;

- 6) program zwiedzania i atrakcji turystycznych;
- 7) kwotę lub procentowy udział zaliczki w cenie imprezy turystycznej lub usługi turystycznej oraz termin zapłaty całej ceny;
- 8) termin powiadomienia klienta na piśmie o ewentualnym odwołaniu imprezy turystycznej lub usługi turystycznej z powodu niewystarczającej liczby zgłoszeń, jeżeli realizacja usług jest uzależniona od liczby zgłoszeń;
- 9) podstawy prawne umowy i konsekwencje prawne wynikające z umowy;
- 10) ogólne informacje o obowiązujących przepisach paszportowych, wizowych i sanitarnych oraz o wymaganiach zdrowotnych dotyczących udziału w imprezie turystycznej.

Jak stanowi ust. 1a) przepisu informacje, o których mowa w ust. 1, nie mogą wprowadzać klienta w błąd. Zgodnie z art. 12 ust. 2 cytowanej ustawy, jeżeli umowa zawarta z klientem nie zawiera odmiennych postanowień, to odpowiednie wskazania zawarte w informacjach pisemnych, o których mowa w ust. 1 pkt 1-8, stają się elementem umowy. Wskazane uregulowania prawne przewidują zatem, iż organizator imprezy turystycznej ma możliwość uregulowania umowy w sposób odmienny niż wstępnie zaproponował to w katalogu, a dopiero, jeśli tego nie uczyni, to warunki wskazane w katalogu stają się integralną częścią zawieranej umowy.

W toku postępowania wyjaśniającego RŁO-405-22/13/AM Prezes Urzędu zwrócił się do Ministerstwa Sportu i Rekreacji z prośbą o zajęcie stanowiska w sprawie wykładni art. 12 ustawy o usługach turystycznych w części, w jakiej przepis ten stanowi, że *„jeżeli umowa zawarta z klientem nie zawiera odmiennych postanowień, to odpowiednie wskazania zawarte w informacjach pisemnych, o których mowa w ust. 1 pkt 1-8, stają się elementem umowy”* (dowód: karty Nr 112-113). Wskazany przepis nie nakłada bowiem na organizatora imprezy turystycznej wprost obowiązku informowania o różnicach pomiędzy informacjami zawartymi w katalogu a informacjami zawartymi w umowie, co stwarza wątpliwości interpretacyjne w sytuacji, gdy umowa pomija pewne regulacje, które wcześniej były zawarte w katalogu. Zgodnie ze stanowiskiem zajęтым przez Ministerstwo Sportu i Rekreacji Departament Turystyki w piśmie z dnia 26 lipca 2013 r. znak DT-II/021/8/2013/KKF/2 skierowanym do Prezesa Urzędu prawidłowa wykładnia przepisu art. 12 ustawy o usługach turystycznych wymaga przyjęcia, że umowa zawierana z konsumentem nie musi powtarzać informacji przekazywanej w katalogu, jednakże, jeżeli warunki umowy są odmiennie od warunków wskazanych w katalogu, to przedsiębiorca ma obowiązek wprowadzenia wyraźniej regulacji wskazującej na taką odmienność. Brak takiej regulacji powoduje, że przedsiębiorca jest związany postanowieniami wynikającymi z katalogu (dowód: karta Nr 116).

W 2012 r. przychód Rainbow Tours wyniósł (*tajemnica przedsiębiorstwa*), w tym przychód z organizacji wyjazdów do hotelu Rawai Palm Beach Resort w Tajlandii wyniósł (*tajemnica przedsiębiorstwa*) (dowód: karty Nr 120, 128-131, 141).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Podstawą do rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest uprzednie zbadanie przez Prezesa Urzędu, czy w danej sprawie zagrożony został interes publicznoprawny. Stwierdzenie, że to nastąpiło pozwala na realizację celu tej ustawy, wskazanego w art. 1 ust. 1, którym jest określenie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Warunkiem koniecznym do uruchomienia procedur

i zastosowania instrumentów określonych w ustawie jest zatem, aby działania przedsiębiorców – którym zarzucono naruszenie jej przepisów – stanowiły potencjalne zagrożenie interesu publicznego, nie zaś interesu jednostki lub grupy. Ustawa wobec tego, w odniesieniu do przedsiębiorców chroni konkurencję, a w odniesieniu do konsumentów ich interesy, jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym.

Zdaniem Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, albowiem działania Rainbow Tours w okresie od dnia 1 października 2012 r. do 22 marca 2013 r. polegające na pomijaniu w treści umów dotyczących wyjazdu do Hotelu Rawai Palm Beach Resort w Tajlandii informacji o braku bezpłatnych przejazdów na Wyspę Bon (przemilczanie takiej informacji) miały charakter stałej praktyki, a zatem mogły dotknąć wszystkich potencjalnych konsumentów, którzy chcieliby zawrzeć umowę o świadczenie takiej usługi turystycznej.

W tym stanie rzeczy uzasadnione było w niniejszej sprawie podjęcie przez Prezesa Urzędu działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Ad I sentencji niniejszej decyzji

W przedmiotowym postępowaniu Prezes Urzędu postawił Rainbow Tours zarzut stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, co może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Stosownie do art. 24 ust. 2 ww. ustawy, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Tym samym dla stwierdzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest wykazanie kumulatywnego spełnienia trzech przesłanek:

- 1) działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy,
- 2) noszące znamiona bezprawności,
- 3) godzące w zbiorowy interes konsumentów.

Ad 1)

Stosownie do art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, rozumie się przez to przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej (...). Przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity Dz. U. z 2013 r. poz. 672) – zwanej dalej: „ustawą o swobodzie działalności gospodarczej” – jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Ponadto, zgodnie z art. 14 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej przedsiębiorca może podjąć działalność gospodarczą w dniu złożenia wniosku o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej lub po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Przepis art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej definiuje działalność gospodarczą jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Raibow Tours jest osobą prawną – spółką prawa handlowego i jest wpisana do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Prowadzi działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług turystycznych. Posiada zatem status przedsiębiorcy w świetle przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jako osoba prawna prowadząca w sposób zorganizowany i ciągły w celach zarobkowych działalność usługową.

W związku z powyższym, **Prezes Urzędu stwierdził, że pierwsza przesłanka art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów niezbędna do udowodnienia stosowania przez Rainbow Tours praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów została spełniona.**

Ad 2)

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującym porządkiem prawnym. Porządek prawny obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów (wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 13 listopada 2007 r., sygn. akt XVII AmA 45/07).

Same przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Jednakże w art. 24 ust. 2 tej ustawy ustawodawca wskazał przykładowe rodzaje praktyk, które naruszają zbiorowe interesy konsumentów, zaliczając do nich stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do Rejestru, o którym mowa w art. 479⁴⁵ k.p.c. (pkt 1), naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2), nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3). Art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi zatem wprost, że za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Zgodnie z art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171 poz. 1206 ze zm.) – dalej: ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych. Zgodnie z art. 4 ust. 1 tej ustawy praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrym obyczajem i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Zgodnie z art. 6 ust. 1 tej ustawy praktykę rynkową uznaje się za zaniechanie wprowadzające w błąd, jeżeli pomija istotne informacje potrzebne przeciętnemu konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Zgodnie z art. 6 ust. 3 pkt 1 tej ustawy wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu. Zgodnie z art. 6 ust. 4 pkt 1 ustawy w przypadku propozycji nabycia produktu za istotne informacje, o których mowa w ust. 1 uznaje się w szczególności istotne cechy produktu w takim zakresie, w jakim jest to właściwe dla danego środka komunikowania się z konsumentami i produktu.

Podkreślenia wymaga fakt, iż ocena praktyki polegającej na zaniechaniu wprowadzającym w błąd powinna być dokonywana w odniesieniu do przeciętnego konsumenta. W rozumieniu art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przeciętnym konsumentem jest konsument, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny 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 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 ustawie o sprzedaży konsumenckiej jest wynikiem dorobku orzeczniczego Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości. Stopniowy rozwój orzecznictwa Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta, jako konsumenta rozsądnego, przeciętnie oświeconego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia towaru. To, czego można oczekiwać od rozsądnego konsumenta wynika przede wszystkim z tego, jak daleko sięga obowiązek informacji handlowej, jej dostępności, jasności, niedwuznaczności, pełności i odpowiedniości. Przyjmując model przeciętnego konsumenta na potrzeby niniejszego postępowania należy wziąć pod uwagę model konsumenta – chcącego skorzystać z usługi turystycznej, jako konsumenta rozsądnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane.

Dodatkowo, w celu udowodnienia, że działanie Rainbow Tours stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, konieczne jest także wykazanie, że przedmiotowa praktyka jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

W literaturze przyjmuje się, że istotność zniekształcenia zachowania rynkowego konsumenta przez stosowaną praktykę rynkową pozwala uznać, że jej wpływ musi niejako popychać przeciętnego konsumenta do zmiany zachowania rynkowego. Powoduje to tym samym zniekształcenie tego zachowania, które ujawnia się, jako zniekształcenie realne lub potencjalne decyzji konsumenta, która powinna być wyborem świadomym i efektywnym. Można, zatem uznać, że wpływ praktyki jest na tyle istotny, że pod jej wpływem proces decyzyjny konsumenta uległ wypaczeniu (zniekształceniu). Jeśli zaś chodzi o doniosłość (znaczenie) tego zniekształcenia, to należy stwierdzić, że musi ono być, co najmniej potencjalne. Uściślając wpływ nieuczciwej praktyki rynkowej na zachowanie rynkowe konsumenta musi odnieść skutek w postaci, co najmniej potencjalnego zniekształcenia zachowania rynkowego konsumenta (Komentarz do ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U.07.171.1206), [w:] M. Sieradzka, Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, Oficyna, 2008).

W przedmiotowej sprawie należy stwierdzić, iż działanie Rainbow Tours pozostaje w sprzeczności z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przy zawarciu umowy. Dobrym obyczajem jest obowiązek przedsiębiorcy-profesjonalisty udzielania konsumentom prawdziwej, rzetelnej i pełnej informacji. W związku z tym narusza dobre obyczaje zawieranie z konsumentami umów o usługę turystyczną w taki sposób, że istotne informacje dotyczące umowy, które odbiegają od treści oferty zawartej w katalogu, są w umowie pomijane. Dobry obyczaj wymaga, aby przedsiębiorca zwrócił konsumentowi uwagę na różnice, jakie istnieją pomiędzy składaną przez niego ofertą a zawieraną przez konsumenta umową. Sposób zwrócenia uwagi – stosownie do art. 6 ust. 4 pkt 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym – powinien być właściwy dla danego środka komunikowania się z konsumentami i produktu. Właściwym środkiem komunikowania się z konsumentami w przypadku usługi turystycznej jest katalog stosowany

przez organizatora usług turystycznych oraz zawierana przez niego z konsumentem umowa. Powyższe należy wywieść z przepisów ustawy o usługach turystycznych, która wprowadza precyzyjne wymogi co do treści informacji przekazywanych konsumentowi na piśmie w folderach i katalogach (art. 12), jak i formy i treści samej umowy o usługę turystyczną (art. 14). Jeśli zatem organizator usług turystycznych wprowadza zmiany do swojej oferty, to zmiana ta powinna znaleźć odzwierciedlenie zarówno w katalogu, jak i w zawieranej przez konsumenta umowie. Gdy zmiana katalogu nie została dokonana, a organizator usługi turystycznej ma świadomość, że oferta zawarta w katalogu w części nie będzie realizowana, to ma obowiązek zwrócenia na to uwagi konsumentowi w zawieranej umowie pod rygorem poniesienia konsekwencji określonych w art. 12 ust. 1a ustawy o usługach turystycznych.

Zaniechanie przekazania w umowie informacji o zmianie oferty może wprowadzać konsumentów w błąd co do zakresu świadczeń, jakie obejmuje umowa oraz może mieć wpływ na podjęcie przez konsumentów decyzji o zawarciu umowy. Jest możliwe, że gdyby konsumenci mieli w sposób jasny przekazany wszelkie informacje o usłudze, w tym o częściowej niemożności jej spełnienia, to nie zawarliby umowy o usługę turystyczną.

Powyższy sposób ujęcia przez Prezesa Urzędu obowiązku informacyjnego organizatora usług turystycznych znajduje potwierdzenie w stanowisku Ministerstwa Sportu i Rekreacji.

Reasumując - konsument zawierający umowę o usługę turystyczną powinien zostać przez organizatora imprezy turystycznej wyraźnie poinformowany w treści tej umowy o różnicach, jakie istnieją między informacjami przekazywanymi w katalogu a rzeczywistymi warunkami, na jakich umowa zostaje zawarta. Brak wyraźnego wskazania różnic stanowi zaniechanie informacyjne, które może wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd co do warunków zawieranej umowy, w tym co do istotnych warunków takiej umowy, do których należy m.in. dostępność lokalnych atrakcji turystycznych i cena imprezy turystycznej i w rezultacie prowadzić do podjęcia decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

W tym stanie rzeczy Prezes Urzędu uznał, iż Rainbow Tours w okresie od 1 października 2012 r. do 22 marca 2013 r., to jest w czasie, gdy miała możliwość zawarcia i zawierała z konsumentami umowy dotyczące wyjazdu do hotelu Rawai Palm Beach Resort w Tajlandii, w których nie wskazywała wyraźnie, że w ramach tych umów nie są realizowane bezpłatne przejazdy łodzią na Wyspę Bon, stosowała praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej. Jeśli bowiem realizacja usługi nieodpłatnego przejazdu na Wyspę Bon, która słynie z pięknych plaż i stanowi dużą atrakcję turystyczną nie jest możliwa, albo łączy się z odpłatnością i Rainbow Tours nie przekazuje informacji o tym w umowach zawieranych z konsumentami przy jednoczesnym przekazywaniu informacji w katalogu o realizowaniu usługi bezpłatnych przejazdów na Wyspę Bon, to może to zniekształcać zachowania przeciętnych konsumentów, którzy skuszeni atrakcyjną ofertą zawierają umowę o usługę turystyczną, której by nie zawarli, gdyby nie istotna zachęta w postaci nieodpłatnych przejazdów łodzią na Wyspę Bon. Tak samo, jeśli realizacja usługi bezpłatnego przejazdu łodzią na Wyspę Bon nie jest realizowana, a pomimo to cena imprezy turystycznej pozostaje bez zmian, to może to zniekształcać zachowania konsumentów, którzy zawierając umowę o usługę turystyczną w zaufaniu do informacji przekazanej w katalogu mogą mieć błędne wrażenie korzyści cenowej w związku z nieodpłatnymi przejazdami na Wyspę Bon.

W tym stanie rzeczy **Prezes Urzędu stwierdził, że druga przesłanka** niezbędna do udowodnienia stosowania przez Rainbow Tours praktyki wskazanej w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona**.

Ad 3)

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowego interesu konsumentów”, wskazując jednak w przepisie art. 24 ust. 3, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów oznacza zatem narażenie na uszczerbek interesów znacznej grupy lub wszystkich konsumentów, poprzez stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę, obejmującą tak działania, jak i zaniechania. Ponadto, godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. W jednym z orzeczeń Sąd Najwyższy stwierdził, iż *nie jest zasadne uznawanie, że postępowanie z tytułu naruszenia ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów można wszcząć tylko wtedy, gdy zagrożone są interesy wielu odbiorców, a nie jest to możliwe w sytuacji, gdy pokrzywdzonym jest tylko jeden konsument. Wydawane orzeczenie ma bowiem wymiar znacznie szerszy, pełni także funkcję prewencyjną, służy bowiem ochronie także nieograniczonej liczbie potencjalnych konsumentów* (wyrok Sądu Najwyższego z dnia 12 września 2003 r., sygn. akt I CKN 504/01).

Dla udowodnienia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów istotne jest ustalenie, że konkretne działanie przedsiębiorcy nie ma ściśle określonego adresata, lecz jest kierowane do nieoznaczonego z góry kręgu podmiotów. Oznacza to, że nie ilość faktycznych, potwierdzonych naruszeń, ale przede wszystkim ich charakter, a w związku z tym możliwość (choćby tylko potencjalna) wywołania negatywnych skutków wobec zbiorowości przesądza o naruszeniu zbiorowego interesu. W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, tj. tych, którzy zapoznali się, bądź mogli zapoznać się ze stosowanym przez Rainbow Tours katalogiem i mogli zawrzeć umowę z tym przedsiębiorcą, która przemilczała w swojej treści informacje o zmianach warunków oferty. W tej sytuacji bezprawne zachowanie Rainbow Tours nie dotyczyło interesów poszczególnych konsumentów, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i niedający się porównać z innymi, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami nieokreślonej liczby konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna dla całej grupy kontrahentów Rainbow Tours. Interes konsumentów należy przy tym rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę na zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów *stricto* ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych.

Wobec powyższego **Prezes Urzędu stwierdził, że trzecia przesłanka** niezbędna do udowodnienia stosowania przez Rainbow Tours **praktyki wskazanej** w art. 24 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **została spełniona**.

Zgodnie z art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie wydaje się decyzji, o której mowa w art. 26 tej ustawy, jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 tej ustawy. W powyższym przypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję

o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

W toku postępowania ustalono, że ostatni wyjazd do Tajlandii zorganizowany według oferty zawartej na stronie 103 katalogu miał miejsce w dniu 22 marca 2013 r. Prezes Urzędu uznał, że jest to krańcowa data, w jakiej Rainbow Tours mógłby potencjalnie zawrzeć umowę na wyjazd do hotelu Rawai Beach Resort w Tajlandii. Po tym dniu informacje zawarte w katalogu, a dotyczące tego wyjazdu – w odbiorze przeciętnego konsumenta – dotyczyłyby zdarzeń przeszłych. W związku z tym Prezes Urzędu uznał, że zaprzestanie stosowania praktyki miało miejsce w dniu 22 marca 2013 r.

Jednocześnie Prezes Urzędu stwierdził brak uzasadnionych podstaw do przyjęcia zawartego w odpowiedzi na zawiadomienie o zakończeniu zbierania materiału dowodowego zobowiązania Rainbow Tours złożonego w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów do podjęcia działań, które doprowadzą do zapobieżenia w przyszłości powstaniu w analogicznych sytuacjach wątpliwości konsumentów co do zakresu świadczonych usług. Prezes Urzędu zważył, że zobowiązanie Rainbow Tours zostało złożone na etapie kończącym postępowanie w tej sprawie, a więc już po przeprowadzeniu postępowania i udowodnieniu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Rainbow Tours w zawiadomieniu o wszczęciu postępowania została pouczona o możliwości złożenia wniosku w trybie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (dowód: karta Nr 4), prawidłowo identyfikowała postawiony jej zarzut, ale w toku postępowania uznawała go za bezpodstawny. W takim przypadku nie zachodzą przesłanki do wydania decyzji zobowiązującej.

Wobec spełnienia przesłanek koniecznych do stwierdzenia praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów określonej w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz przesłanki wyrażonej w art. 27 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I sentencji niniejszej decyzji.

Ad II. sentencji decyzji

Zgodnie z art. 106 ust 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę, w swojej decyzji, karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepis ten stanowi podstawę i górną granicę ustalenia kary dla Rainbow Tours, której przychód w 2012 r. wyniósł (*tajemnica przedsiębiorstwa*). W związku z powyższym maksymalna kara nałożona na Rainbow Tours może wynieść (*tajemnica przedsiębiorstwa*).

Z treści przepisu art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wynika, iż ww. kara ma charakter fakultatywny, a zatem do Prezesa Urzędu zależy - w ramach uznania administracyjnego – uznanie w decyzji zasadności nałożenia kary pieniężnej wraz z określeniem jej wysokości. Wprawdzie ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów, nie zawiera katalogu przesłanek, od których uzależniona jest decyzja o nałożeniu kary, jednakże art. 111 wskazuje, że ustalając wysokość kary Prezes Urzędu winien wziąć pod uwagę w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy. Ustalając wysokość kary pieniężnej w decyzjach stwierdzających naruszenie zakazów określonych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, należy zatem uwzględnić wagę tego naruszenia, rozmiar skutków stosowanej praktyki ograniczającej

konkurencję, bądź praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, jak również zaistniałe okoliczności obciążające i łagodzące.

Podkreślić przy tym należy, iż nakładana przez Prezesa Urzędu kara finansowa pełnić powinna funkcje: represyjną, prewencyjną i edukacyjną. Ustalając wymiar kary Prezes Urzędu bierze przede wszystkim pod uwagę funkcję prewencyjną kar, w tym prewencję ogólną. Kara bowiem winna być ustalona tak, aby powstrzymywać przedsiębiorcę stosującego praktykę oraz innych przedsiębiorców przed stosowaniem w przyszłości tego typu praktyk w obrocie z konsumentami. Zachodzi zatem konieczność wymierzenia kary o takiej wysokości, która zniechęci przedsiębiorców zajmujących się usługami turystycznymi do pomijania przy zawieraniu umów z konsumentami informacji o różnicach między ofertą zawartą w katalogu, a rzeczywistym zakresem usług.

W niniejszej sprawie Prezes Urzędu uznał za zasadne nałożenie na Rainbow Tours kary pieniężnej za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów opisaną w punkcie I sentencji decyzji. Ustalając wymiar kary za powyższą praktykę Prezes Urzędu w pierwszej kolejności dokonał oceny wagi naruszenia, na podstawie czego ustalił kwotę bazową, stanowiącą podstawę do dalszej kalkulacji kary, a następnie uwzględniając wszystkie okoliczności łagodzące i obciążające odpowiednio modyfikował ustaloną wysokość kwoty bazowej.

Dokonując ustalenia wagi naruszenia Prezes Urzędu wziął pod uwagę, w jakim stopniu i w jaki sposób zakwestionowana praktyka wpływa na sytuację prawną i ekonomiczną konsumentów.

I tak, w pierwszej kolejności Prezes Urzędu zbadał, czy naruszenie dokonane było co najmniej nieumyślnie. Konieczność brania pod uwagę tej przesłanki w przypadku stosowania kar pieniężnych wynika bezpośrednio z art. 106 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Z tego względu, nakładając karę pieniężną, Prezes Urzędu wziął pod uwagę całokształt okoliczności sprawy, które wskazywać mogą na nieumyślny charakter naruszenia. Należy stwierdzić, że Rainbow Tour podjęła działania mające na celu informowanie konsumentów o zmianach w katalogu polegające na wystosowaniu odpowiedniego komunikatu do swoich agentów. Działania te były nieadekwatne, jednakże świadczą o tym, że jej celem nie było umyślne wprowadzanie konsumentów w błąd. Pomimo tego – jak już wcześniej wskazano – samo stwierdzenie nieumyślności zakwestionowanej praktyki daje podstawę do nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Następnie, Prezes Urzędu wziął pod uwagę, że stosowana praktyka nie miała charakteru długotrwałego, gdyż dotyczyła okresu krótszego niż jeden rok.

Prezes Urzędu wziął też pod uwagę, że stosowana przez Rainbow Tours praktyka miała miejsce na etapie zawierania kontraktu z konsumentami. Istotą takiej praktyki jest zachowanie przedsiębiorcy wobec konsumenta wyrażające zamiar zawarcia kontraktu polegające na naruszeniu przepisów prawa wpływające na treść kontraktu.

Prezes Urzędu zwrócił ponadto uwagę na to, że praktyka polegająca na zaniechaniu przekazania konsumentom w umowach istotnej informacji może znacząco negatywnie oddziaływać na interesy ekonomiczne konsumentów, gdyż może prowadzić do zawarcia „niechcianej” umowy. Praktyka taka może zatem w istotny sposób zniekształcać zachowania konsumentów, którzy skuszeni atrakcyjną ofertą zawierają umowę o usługę turystyczną, której by nie zawarli, gdyby nie zaniechanie przedsiębiorcy. Tak samo, jeśli usługa nie jest w części realizowana, a pomimo to cena oferowanej imprezy turystycznej pozostaje bez zmian, to może to

zniekształcać zachowania konsumentów, którzy zawierając umowę o usługę turystyczną w zaufaniu do informacji przekazanej w katalogu mogą mieć błędne wrażenie korzyści cenowej w związku z zawieraną umową.

Powyższe zadecydowało o ustaleniu, że kwota bazowa za stosowanie tego rodzaju praktyki w ocenie Prezesa Urzędu stanowi o wadze naruszenia na poziomie 0,05% przychodu przedsiębiorcy, co stanowi kwotę (*tajemnica przedsiębiorstwa*).

Nakładając karę pieniężną, o której mowa w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wziął pod uwagę konieczność ustalenia, czy w sprawie wystąpiły okoliczności łagodzące, bądź obciążające mające wpływ na wymiar kary.

Prezes Urzędu dopatrywał się w sprawie okoliczności obciążającej tzn. znacznego zasięgu naruszenia, albowiem Rainbow Tours prowadzi działalność na obszarze całego kraju. Powyższe uzasadniało zwiększenie kary o 20% ustalonej dla niej kwoty bazowej.

Ustalając wymiar kar Prezes Urzędu wziął też pod uwagę okoliczności łagodzące i stwierdził, że przychód Rainbow Tours z organizacji wyjazdów do hotelu Rawai Palm Beach Resort w Tajlandii wyniósł (*tajemnica przedsiębiorstwa*), a zatem stanowił jedynie (*tajemnica przedsiębiorstwa*) przychodu osiągniętego ogółem w 2012 r. przez Rainbow Tours (dowód: karty Nr 120, 128-131, 141). Powyższe jest okolicznością łagodzącą i przesądziło o obniżeniu kary o 80% ustalonej dla niej kwoty bazowej.

Prezes Urzędu stwierdził ponadto podstawę do obniżenia kary pieniężnej ze względu na okoliczność zaniechania stosowania praktyki.

Zaniechanie stosowania praktyki jest okolicznością łagodzącą, która wpływa na obniżenie kary o 10% ustalonej dla niej kwoty bazowej. Zaniechanie stosowania praktyki w tej sprawie związane było z obiektywnym faktem tj. zaprzestaniem sprzedaży usługi wyjazdu do hotelu Rawai Palm Beach Resort w Tajlandii.

Podsumowanie okoliczności obciążających i łagodzących spowodowało, że ostateczny wymiar kary pieniężnej odpowiada kwocie bazowej pomniejszonej o 70%, co stanowi w zaokrągleniu do pełnego złotego kwotę 88.342 złotych (osiemdziesiąt osiem tysięcy trzysta czterdzieści dwa złotych) i odpowiada (*tajemnica przedsiębiorstwa*) przychodu Rainbow Tours oraz (*tajemnica przedsiębiorstwa*) kary maksymalnej, jaka mogłaby być na nią nałożona.

W ocenie Prezesa Urzędu kara pieniężna w takim wymiarze jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i współmierna do możliwości finansowych Rainbow Tours. Prezes Urzędu uznał, że prawidłowo spełni zarówno funkcję represyjną, jak i swoje zadania w zakresie prewencji generalnej i indywidualnej, zapobiegając stosowaniu podobnych naruszeń w przyszłości zarówno przez tego przedsiębiorcę, jak i przez innych przedsiębiorców.

Ad III. sentencji niniejszej decyzji

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 tej ustawy, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów tejże ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty postępowania. Przedmiotowe postępowanie wykazało, iż Rainbow Tours dopuściła się

stosowania praktyki, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Zgodnie z art. 263 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. Dz. U. z 2013 poz. 267, ze zm. – dalej k.p.a.) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56 k.p.a., a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia pism urzędowych. Kosztami niniejszego postępowania są koszty doręczenia Rainbow Tours – stronie postępowania – pism urzędowych, które wyniosły **22,80 zł** (słownie: dwadzieścia dwa złote 80/100)

W związku z powyższym Prezes Urzędu postanowił obciążyć Rainbow Tours kwotą **22,80 zł** (słownie: dwudziestu dwóch złotych 80/100).

W związku z powyższym **Prezes Urzędu postanowił jak w pkt III sentencji niniejszej decyzji.**

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, ze zm.), karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Warszawie: NBP O/O Warszawa 51101010100078782231000000.

Zgodnie z art. 264 § 1 k.p.a. w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów koszty niniejszego postępowania należy wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231 000000 w terminie 7 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Stosownie do treści art. 81 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 Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi. Jednak w przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w pkt III sentencji niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz art. 264 § 2 k.p.a. w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479³² § 1 i 2 k.p.c., przysługuje zażalenie do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodniowym od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

*Z upoważnienia
Prezesa
Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów
Z-ca Dyrektora Delegatury*

Andrzej Kędzia

