



**PREZES**  
**URZĘDU OCHRONY**  
**KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**  
**DELEGATURA W KATOWICACH**

Katowice, dnia 27 sierpnia 2015 r.

RKT – 61 – 01/15/AD

**DECYZJA Nr RKT - 7 /2015**

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t. j. Dz. U. z 2015 r. poz. 184) oraz § 2 pkt 4 i § 5 pkt 1 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:  
po przeprowadzeniu wszczętego z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na** stosowaniu przez Jarosława Kocura prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Kocur Jarosław P.H.U. „Laguna” J. chronionej prawem nazwy rodzajowej „hotel” oraz oznaczenia kategorii „\*\*\*\*” (trzy gwiazdki) w odniesieniu do obiektu „Hotel Restauracja Laguna” zlokalizowanego w Niewieszu przy ul. Leśnej 6, bez wymaganej prawem decyzji właściwego organu administracji o zaszeregowaniu obiektu hotelarskiego do odpowiedniego rodzaju i kategorii, co jest niezgodne z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (t. j. Dz. U. z 2014 r. poz. 196) oraz stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w związku z art. 4 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206), a poprzez to narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów **i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**

II. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na Jarosława Kocura prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Kocur Jarosław P.H.U. „Laguna” J. **karę pieniężną w wysokości 4 358 zł** (słownie: czterech tysięcy trzystu pięćdziesięciu ośmiu złotych) płatną do budżetu państwa, 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 punkcie I sentencji niniejszej decyzji.

III. Na podstawie art. 77 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dn. 14 czerwca 1960 r. Kodeksu postępowania administracyjnego (t. j. Dz. U. z 2013 r. poz. 267 ze zm.) w związku z art. 83 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów postanawia się obciążyć Jarosława Kocura prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Kocur Jarosław P.H.U. „Laguna” J.

**kosztami przeprowadzonego postępowania** w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i zobowiązać ww. przedsiębiorcę do zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kwoty **29 zł** (słownie: dwudziestu dziewięciu złotych), w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

#### Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeprowadzono postępowanie wyjaśniające w sprawie Jarosława Kocura prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą Kocur Jarosław P.H.U. „Laguna” J. (sygn. akt RKT-403-25/14/AD). W toku przedmiotowego postępowania powzięto informację, iż przedsiębiorca ten posługuje się nazwą rodzajową hotel oraz oznaczeniem „\*\*\*” w odniesieniu do prowadzonego przez niego obiektu zlokalizowanego w Niewieszu. Jednocześnie powzięto informację, iż powyższe oznaczenia są stosowane pomimo braku stosownej decyzji administracyjnej w tym zakresie uprawniającej przedsiębiorcę do posługiwania się ww. prawnie chronionymi oznaczeniami. W tych okolicznościach uznano za konieczne wszczęcie postępowania w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o jakiej mowa w art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W toku niniejszego postępowania administracyjnego przedsiębiorca nie zajął stanowiska w sprawie, tym samym nie ustosunkował się do postawionego mu zarzutu.

Pismem z dnia 12 sierpnia 2015 r. przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego i w wyznaczonym terminie nie skorzystał on z prawa do zapoznania się z nim.

#### **Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:**

Jarosław Kocur prowadzi działalność na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej Rzeczypospolitej Polskiej pod firmą Kocur Jarosław P.H.U. „Laguna” J. Jarosław Kocur (dowód: karta nr 4).

W ramach wykonywanej działalności gospodarczej przedsiębiorca prowadzi w Niewieszu przy ul. Leśnej 6 obiekt, w którym świadczy usługi hotelarskie (dowód: karty nr 5-6, 14, 17, 19).

W obiekcie nazywanym „Hotel Laguna” Inspekcja Handlowa przeprowadziła 6 kontroli zakończonych postępowaniem mandatowym. Zgodnie z oświadczeniem Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Katowicach osoby reprezentujące przedsiębiorcę w toku kontroli zobowiązywały się do zaprzestania stosowania praktyk (dowód: karta nr 13).

Pierwsza kontrola odbyła się w marcu 2007 r. i w jej wyniku stwierdzono, iż obiekt, w którym prowadzono kontrolę został oznaczony na zewnątrz oznaczeniem „hotel” oraz kategorią „\*\*\*” (trzech gwiazdek) przy jednoczesnym braku stosownej decyzji uprawniającej do posługiwania się ww. oznaczeniami.

Tożsame oznaczenia były uwidocznione także w recepcji obiektu oraz na stronie internetowej (dowód: karty nr 14 – 15).

Osoba reprezentująca przedsiębiorcę w czasie kontroli zobowiązała się do usunięcia wskazanych nieprawidłowości (usunięcia oznaczeń) do 23.03.2007 r. i do zgłoszenia obiektu „Laguna” do ewidencji prowadzonej przez Wójta Gminy.

Kolejna kontrola została przeprowadzona w dniu 16 kwietnia 2008 r. i wykazała, że przedsiębiorca nie dostosował się do wcześniej określonego nakazu. Pomimo braku stosownej decyzji administracyjnej o zaszeregowaniu obiektu, na zewnątrz był on oznaczony nazwą rodzajową „hotel” oraz kategorią „\*\*\*”.

W imieniu kontrolowanego przedsiębiorcy zostało złożone oświadczenie, w którym zobowiązano się do usunięcia wszystkich ww. oznaczeń do 5 maja 2008 r. (dowód: karty nr 17-18).

18 lutego 2009 r. Inspekcja Handlowa przeprowadziła kolejną kontrolę w obiekcie „Laguna” w Niewieszu. W toku tej kontroli ustalono, iż przedsiębiorca wciąż nie posiadał decyzji Marszałka Województwa Śląskiego o zaszeregowaniu prowadzonego przez niego obiektu do odpowiedniego rodzaju i kategorii. W obiekcie tym była prowadzona działalność w zakresie usług hotelarskich. O takim zakresie usług przedsiębiorca informował m. in. w materiałach reklamowych dostępnych w obiekcie, w których to nazywał prowadzony przez siebie obiekt hotelem o kategorii „\*\*\*”. W toku kontroli ustalono ponadto, iż przedsiębiorca reklamuje się na prowadzonej przez siebie stronie internetowej, również i w tym miejscu nazywając prowadzony przez siebie obiekt „hotelem” o kategorii „\*\*\*”. Przedstawiciel przedsiębiorcy obecny w trakcie kontroli zobowiązał się do usunięcia w terminie do 25 lutego 2009 r. z materiałów reklamowych i strony internetowej oznaczeń, do posługiwania się którymi przedsiębiorca nie był uprawniony (dowód: karty nr 19-20).

Następna kontrola Inspekcji Handlowej odbyła się w dniu 8 kwietnia 2011 r. Wykazała ona, iż obiekt objęty kontrolą na zewnątrz budynku oraz na tablicy reklamowej ustawionej przy wjeździe na teren obiektu oznaczony był nazwą rodzajową „hotel” oraz kategorią „\*\*\*”. Tożsame oznaczenie stosowano również na stronie internetowej [www.hotel-laguna.pl](http://www.hotel-laguna.pl). Powyższe oznaczenia były stosowane pomimo braku posiadania odpowiedniej decyzji administracyjnej przyznającej uprawnienie w tym zakresie. Kontrolowany obiekt został natomiast zgłoszony do ewidencji innych obiektów hotelarskich.

W trakcie kontroli przedsiębiorca zobowiązał się do zaprzestania używania nazwy hotel o kategorii „\*\*\*” w terminie do 15 maja 2011 r. (dowód: karty nr 21-22).

W dniu 18 lutego 2014 r. w obiekcie została przeprowadzona kontrola, w trakcie której wykazano, iż obiekt „Laguna” był w dniu kontroli oznaczony na zewnątrz nazwą rodzajową „hotel” oraz kategorią „\*\*\*”. Oznaczenia takie były stosowane również w obiekcie na materiałach reklamowych (usuniętych w trakcie kontroli), na obwolutach menu w restauracji, a także na stronie internetowej. Nazwa hotel została nadto zawarta w adresie e-mail. Podobnie jak w czasie wcześniejszych kontroli ustalono, iż przedsiębiorca nie posiadał stosownej decyzji uprawniającej go do posługiwania się ww. oznaczeniami (dowód: karty nr 24 – 25).

Ostatnia z kontroli przeprowadzonych przez Inspekcję Handlową odbyła się w dniu 7 sierpnia 2014 r. i jej przedmiotem było sprawdzenie dostosowania się do zaleceń pokontrolnych wcześniej skierowanych do przedsiębiorcy. Kontrola wykazała, że pomimo zaleceń, a także pomimo braku decyzji uprawniającej do posługiwania się oznaczeniem hotel i „\*\*\*”, przedsiębiorca kontynuował swą praktykę. Na bocznej ścianie budynku obiekt był oznaczony napisem „LAGUNA HOTEL”. Menu zostało opatrzone napisem „Laguna Hotel Restauracja”,

a własna strona internetowa o adresie [www.hotel-laguna.pl](http://www.hotel-laguna.pl) również zawiera oznaczenia hotel i „\*\*\*” (dowód: karty nr 25-26).

Zgromadzone w toku postępowania kopie ulotek i folderów reklamowych pozyskane przez Inspekcję Handlową w ramach prowadzonych przez nią kontroli wykazały, że stosowano na nich w odniesieniu do obiektu „Laguna” oznaczenie „hotel” oraz „\*\*\*” (dowód: karty nr 31 – 41).

Powyższe ustalenia dotyczące oznakowania zewnętrznego obiektu nazwą hotel i kategorią „\*\*\*” potwierdza dokumentacja fotograficzna (dowód: karta nr 49)

Oględziny strony internetowej prowadzonej pod adresem [www.hotel-laguna.pl](http://www.hotel-laguna.pl), na której przedsiębiorca zamieszcza informacje na temat świadczonych przez siebie usług (dowód: karty nr 5 – 11), wykazały, że na każdej z podstron na górze pośrodku znajduje się poniżej przedstawione logo obiektu, na którym oprócz nazwy własnej widnieje oznaczenie „HOTEL” oraz „\*\*\*” (trzy gwiazdki).



Również ze zdjęć zamieszczonych na stronie internetowej wynika, że na zewnątrz na frontowej ścianie znajduje się dobrze widoczne logo tego samego typu z tożsamymi oznaczeniami (dowód: karta nr 7, zdjęcie nr 1 od góry).

Identyczne oznaczenie znajduje się na breloczku dołączonym do klucza od pokoju (dowód: karta nr 7, zdjęcie nr 2 od góry).

Na stronie internetowej zawierającej ofertę przedsiębiorcy zawarto również „Cennik hotelu” (dowód: karta nr 11).

W opisie zamieszczonym na analizowanej stronie, w części zatytułowanej *Hotel „Laguna”*, wielokrotnie posłużono się oznaczeniem hotel w odniesieniu do opisywanego obiektu (dowód: karta nr 10). Potwierdzają to poniższe, przykładowe cytaty:

- „*Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom gości, Hotel przeszedł generalny remont w 2012 (...)*”;
- „*Hotel wychodzi naprzeciw oczekiwaniom różnych gości, a hotelowa restauracja świetnie poradzi sobie zarówno z organizacją oficjalnego bankietu (...)*”.
- „*Hotel „Laguna”  
Hotel dla Ciebie  
Hotel dla biznesu  
Hotel dla podróżnych  
Hotel Rodzinny*”.

W adresie elektronicznym, pod którym można się kontaktować z obsługą obiektu, z recepcją, w celu rezerwacji miejsc noclegowych znajduje się nazwa domeny „hotel-laguna.pl”.

W wykazie obiektów hotelarskich skategoryzowanych przez Marszałka Województwa Śląskiego, wg. stanu na dzień 7 maja 2015 r. nie widnieje obiekt „Laguna” zlokalizowany w Niewieszu.

Obrót przedsiębiorcy w 2014 r. wyniósł [...] zł (dowód: karta nr 61).

### **Prezes Urzędu zważył, co następuje**

Ad I.

#### Naruszenie interesu publicznego

Jak wynika z art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ustawa ta określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w *interesie publicznym* ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Działania oparte na przepisach ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów są zatem podejmowane w interesie publicznym, w celu ochrony interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek do uznania kompetencji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy oceniane działania godzą w interesy ogólnospołeczne i dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku i poprzez to powodują zaburzenia w jego prawidłowym funkcjonowaniu. Uwzględniając charakter praktyki opisanej w niniejszej decyzji należało stwierdzić, że w rozważanej sprawie ww. przesłanka naruszenia interesu publicznego sformułowana w art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów została spełniona. Badana praktyka nie dotyczy bowiem jednostkowej sytuacji, ani też nie jest związana ze stosunkami prawnymi pomiędzy ograniczonym, zamkniętym kręgiem podmiotów, lecz dotyczy przedsiębiorcy, wszystkich jego byłych, aktualnych, jak i potencjalnych klientów.

#### Status przedsiębiorcy

Zakaz naruszania zbiorowych interesów konsumentów odnosi się do *przedsiębiorców*. Art. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zawiera definicję przedsiębiorcy oraz związku przedsiębiorców. Ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy, to w myśl art. 4 pkt 1 ww. ustawy rozumie się przez to m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej. W myśl art. 4 pkt 1 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (t. j. Dz.U. z 2015 r. poz. 584) przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Działalność gospodarcza to zgodnie z art. 2 ww. ustawy zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły. Od strony funkcjonalnej przedsiębiorcę, o którym mowa w ustawie o swobodzie działalności gospodarczej cechuje zatem prowadzenie działalności gospodarczej. Wśród rodzajów działalności gospodarczej wyróżnia się zaś działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową i poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż. W świetle powyższego nie może budzić wątpliwości, że Jarosław Kocur posiada statut przedsiębiorcy.

Wymieniony przedsiębiorca jako osoba fizyczna wykonuje działalność gospodarczą we własnym imieniu na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej.

Aby określone zachowanie mogło zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest łączne spełnienie kolejnych przesłanek określonych w art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, tj. zachowanie przedsiębiorcy musi godzić w zbiorowe interesy konsumentów oraz musi ono być bezprawne.

#### Bezprawność działań oraz naruszenie zbiorowych interesów konsumentów

Kolejnymi przesłankami, jakie należy wziąć pod uwagę w niniejszej sprawie jest udowodnienie, iż kwestionowane zachowanie przedsiębiorcy jest *bezprawne* i godzi w *zbiorowe interesy konsumentów*

Bezprawność, jaką należy wykazać, ujmowana jest jako sprzeczność z obowiązującymi przepisami prawa. Praktyki przedsiębiorcy, by zakwalifikować je jako naruszające zbiorowe interesy konsumentów „muszą być zatem wymierzone w uprawnienia, jakie konsumentom przysługują obowiązuje przepisy prawa”<sup>1</sup>.

Porządek prawny, którego naruszenie może wypełniać dyspozycję art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, obejmuje normy prawa powszechnie obowiązującego, a także nakazy i zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów<sup>2</sup>. Same przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Art. 24 tej ustawy nie ma samodzielnego znaczenia prawnego, lecz powinien być interpretowany oraz stosowany w określonym kontekście normatywnym. W związku z tym, w celu konkretyzacji przesłanki bezprawności należy sięgnąć do przepisów innych ustaw. Na ich podstawie możliwe jest dokonanie oceny działań przedsiębiorcy w aspekcie ich zgodności z prawem<sup>3</sup>.

Podkreślenia wymaga także, że bezprawność jest kategorią obiektywną. Rozważenia przy ocenie bezprawności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne, czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego. O bezprawności działania decyduje całokształt okoliczności konkretnego stanu faktycznego<sup>4</sup>. Dla stwierdzenia bezprawności działania przedsiębiorcy bez znaczenia pozostaje ponadto strona podmiotowa czynu, a zatem wina sprawcy.

Zgodnie z art. 1 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ustawa ta reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, jeżeli praktyki te wywołują lub mogą wywoływać skutki na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Dla stwierdzenia, że dana praktyka jest niezgodna z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wystarczające jest więc wykazanie, że potencjalnie istniało zagrożenie naruszenia interesów konsumentów wskutek stosowania określonej bezprawnej praktyki i nie jest konieczne faktyczne wystąpienie negatywnego skutku w praktyce.

W ramach niniejszego postępowania zarzucono przedsiębiorcy naruszenie art. 43 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych, który stanowi, iż nazwy rodzajów i oznaczenia kategorii obiektów hotelarskich, o których mowa w art. 36 i art. 37, podlegają ochronie prawnej i mogą

---

<sup>1</sup> Uchwała SN z dnia 13 lipca 2006 r. (sygn. akt III SZP 3/06), OSNP 2007/1-2/35. Por. również: M. Szydło: Publicznoprawna ochrona zbiorowych interesów konsumentów, Monitor Prawniczy nr 2004/17/791.

<sup>2</sup> Wyrok SOKiK z dnia 13 listopada 2007 r. (sygn. akt XVII AmA 45/07).

<sup>3</sup> Por. wyrok SOKiK z dnia 23 czerwca 2006 r. (sygn. akt XVIII AmA 32/05).

<sup>4</sup> Wyrok SN z dnia 8 maja 2002 r. (sygn. akt I PKN 267/2001).

być stosowane wyłącznie w odniesieniu do obiektów hotelarskich w rozumieniu niniejszej ustawy. Zgodnie z art. 36 ustawy o usługach turystycznych „*Ustala się następujące rodzaje obiektów: 1. hotele – obiekty posiadające co najmniej 10 pokoi, w tym większość miejsc w pokojach jedno- i dwuosobowych, świadczące szeroki zakres usług związanych z pobytem klientów, (...)*”. Art. 37 tej ustawy stanowi natomiast, że „*Ustala się dla 1. Hoteli, moteli i pensjonatów – pięć kategorii oznaczonych gwiazdkami (...)*”.

W tym miejscu wskazać należy, jak prawidłowo przebiega zaszeregowanie obiektu do określonego rodzaju i kategorii. Zgodnie z art. 38 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych zaszeregowania obiektów hotelarskich do poszczególnych rodzajów dokonuje, kategorię nadaje oraz prowadzi ich ewidencję marszałek województwa właściwy ze względu na miejsce położenia obiektu hotelarskiego. Stosownie do art. 38 ust. 4a tej ustawy marszałek województwa powołuje zespół oceniający obiekty hotelarskie w zakresie spełniania wymagań, o których mowa w art. 35 ust. 1. W skład zespołu powołuje się przedstawiciele marszałka województwa, a ponadto mogą być powołane:

- osoby posiadające kwalifikacje zawodowe i praktykę w świadczeniu usług hotelarskich lub turystycznych, wskazane przez jednostki samorządu gospodarczego i stowarzyszenia działające w zakresie turystyki i hotelarstwa;
- osoby będące przedstawicielami Państwowej Straży Pożarnej, Państwowej Inspekcji Sanitarnej, administracji architektoniczno-budowlanej i nadzoru budowlanego.

Jak stanowi art. 39 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych, przed rozpoczęciem świadczenia usług hotelarskich w obiekcie hotelarskim, przedsiębiorca jest obowiązany uzyskać zaszeregowanie tego obiektu do odpowiedniego rodzaju i kategorii.

Zgodnie natomiast z art. 40 ust. 3 ustawy o usługach turystycznych organy wymienione w ww. art. 38 mają prawo kontrolować, w zakresie swojej właściwości miejscowej, przestrzeganie wymagań przewidzianych dla obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie. Przepis kolejny stanowi, że jeżeli obiekt przestaje spełniać wymagania określone dla obiektu danego rodzaju i kategorii, to właściwy organ dokonuje z urzędu zmiany lub w ogóle uchyla decyzję o zaszeregowaniu. W takich przypadkach, gdy wymagania nie są spełnione, uprawniony organ może również nakazać wstrzymanie świadczenia usług.

Z powyższego wynika, że uprawnione organy mogą ingerować w daleko idący sposób w działalność podmiotów prowadzących obiekty hotelarskie, sprawdzając jakość świadczonych usług w kontekście ich zakresu, a także bezpieczeństwa (przeciwpożarowego, sanitarnego, budowlanego). W przypadku, gdy stwierdzają one zaistnienie nieprawidłowości, mogą podjąć działania uniemożliwiające prowadzenie dalszej działalności, przynajmniej do czasu usunięcia nieprawidłowości.

Ze względu na to, że przedsiębiorcy, poddając weryfikacji prowadzone przez siebie obiekty, uzyskując ich zaszeregowanie do odpowiedniego rodzaju i kategorii i podając usługobiorcom stosowne informacje na temat zaszeregowania, zapewniają ich o jakości oferowanych usług, posługiwanie się wymienionymi w ustawie o usługach turystycznych nazwami i przyporządkowanymi do nich kategoriami, podlega ochronie prawnej.

Z art. 43 ustawy o usługach turystycznych wynika ponadto, że nazwy rodzajów i oznaczenia kategorii obiektów hotelarskich mogą być stosowane wyłącznie w odniesieniu do obiektów hotelarskich w rozumieniu tej ustawy.

Istotą przytoczonych powyżej przepisów jest zapewnienie osobom korzystającym z usług hotelarskich odpowiedniej ochrony i bezpieczeństwa, zapewnienie gwarancji określonej, ustandaryzowanej jakości.

Oceniane działanie przedsiębiorcy stoi w sprzeczności z przywołanymi przepisami, co przejawia się w sprzeczności z art. 43 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych. Przedsiębiorca posługuje się nazwą hotel oraz kategorią „\*\*\*\*” w sposób bezprawny. Nie poddał on prowadzonego przez siebie obiektu kontroli odpowiednich służb przed rozpoczęciem prowadzenia działalności, ani też nie podlega takiej kontroli na bieżąco. Jakość i zakres oferowanych przez niego usług nie była weryfikowana przez uprawniony do tego podmiot, a mimo to przekaz kierowany przez niego do konsumentów sugeruje odmienną sytuację. Powyższe bezsprzecznie dowodzi **bezprawności** zachowania przedsiębiorcy.

Rozważane zachowanie przedsiębiorcy należy ocenić w kontekście przepisów ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Ustawa ta w art. 4 ust. 1 stanowi, iż *„Praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli 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”*. Zgodnie z art. 4 ust. 2 tej ustawy *„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 ust. 1”*.

Z powyższego wynika, że wystarczy, aby praktyka przedsiębiorcy wprowadzała w błąd, aby mogła zostać uznana za nieuczciwą praktykę rynkową.

Art. 5 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym określa sytuacje, w których należy uznać, że przedsiębiorca wprowadza konsumentów w błąd. Przepis ten stanowi, że *„Praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął”*. Wprowadzającym w błąd działaniem może być natomiast w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji, o czym mowa w art. 5 ust. 2 pkt 1 ww. ustawy.

W analizowanym przypadku przedsiębiorca działa w sposób ustalony, ciągły i jednolity, a zatem stosuje praktykę. Praktyka ta polega na rozpowszechnianiu informacji nieprawdziwych. Stosując oznaczenia objęte ochroną prawną pomimo braku uprawnień w tym zakresie przedsiębiorca wprowadza konsumentów w błąd, co do świadczonych przez siebie usług. Może on w ten sposób doprowadzić do podjęcia przez konsumentów decyzji, której przy świadomości, iż obiekt nie został poddany weryfikacji i zarezerwowany do wskazywanego rodzaju i kategorii, by nie podjęli. Przedsiębiorca świadomie i celowo rozpowszechnia nieprawdziwe informacje zarówno w samym obiekcie, na zewnątrz, a także w Internecie.

Nie bez znaczenia jest fakt, iż u przedsiębiorcy odbyły się kontrole przeprowadzone przez Inspekcję Handlową, w czasie których zwracano mu uwagę na bezprawność jego zachowania. Powyższe oznacza, że przedsiębiorca miał pełną świadomość bezprawności swego zachowania, a w konsekwencji tego musiał zdawać sobie sprawę, iż podając nieprawdziwe informacje może dezinformować konsumentów.

Co więcej, przez długi okres czasu posługiwanie się nazwą „hotel” oraz oznaczeniem „\*\*\*\*” wydawało mu się celowe. Nie wystarczyło stosowanie np. nazwy „Laguna”. Bezprawnie stosowane oznaczenia, którymi posługuje się przedsiębiorca wpływają na zwiększenie



prestżu prowadzonego przez niego obiektu i mogą sugerować wyższą jakość usług oraz ich bezpieczeństwo na określonym poziomie.

Zaznaczyć trzeba, że ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd.

Oznaczając model przeciętnego konsumenta na potrzeby niniejszej sprawy stwierdzić trzeba, że jest to osoba korzystająca z usług noclegowych w różnych obiektach, mająca świadomość, że największy zakres usług dodatkowych dostępnych dla gości będzie odstępny w hotelu. Osoby poszukujące określonego komfortu oraz swobody zainteresują się ofertą dotyczącą hotelu, a nie innego obiektu. Jednocześnie przyjąć należy, że weryfikacja informacji dostępnych wewnątrz i na zewnątrz obiektu w połączeniu informacjami zamieszczonymi na profesjonalnie opracowanej stronie internetowej powinna zostać uznana za taką, której dokonuje przeciętny konsument poszukujący noclegu. We wszystkich tych miejscach napotka się on na konsekwentnie przekazywaną informację, iż rozważany obiekt jest „hotelem” o kategorii „\*\*\*”.

Okoliczności niniejszej sprawy wskazują zatem na fakt, iż przedsiębiorca dopuścił się naruszenia ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w ww. zakresie.

Podsumowując tę część uzasadnienia jednoznacznie stwierdzić zatem trzeba, że oceniane zachowanie przedsiębiorcy jest bezprawne i stanowi **nieuczciwą praktykę rynkową**.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie objaśnia znaczenia pojęć „godzenia w interesy konsumentów” oraz „zbiorowego interesu konsumentów”. Należy przyjąć, że interesem, który podlega ochronie na podstawie art. 24 powołanej ustawy jest interes prawny, rozumiany jako określone potrzeby konsumenta uznane przez ustawodawcę za godne ochrony. Działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków.

Wskazówki co do tego, jak należy pojmować zbiorowy interes konsumentów zawarte są natomiast w art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że nie jest zbiorowym interesem suma indywidualnych interesów konsumentów. W wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07) Sąd Najwyższy wskazał, iż wystarczające dla stwierdzenia, że ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów konsumentów powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów) wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. W ww. wyroku Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, iż sformułowanie „nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów” należy rozumieć w ten sposób, że liczba indywidualnych konsumentów, których interesy zostały naruszone nie decyduje o tym, czy dana praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy w taki sposób, iż potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.

Zgodnie z powołanym wyrokiem Sądu Najwyższego przez interes zbiorowy należy rozumieć zatem interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów ma miejsce wówczas, gdy negatywnymi skutkami działań przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, mających status konsumentów. Do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów konieczne jest, żeby działanie przedsiębiorcy było skierowane nie do konkretnej osoby, lecz do grupy adresatów wyodrębnionych za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Działanie o takim charakterze jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa nie tylko w odniesieniu do konkretnych konsumentów, lecz wobec każdego z członków danej zbiorowości. Przy tym zaistnienie przesłanki naruszenia zbiorowego interesu konsumenta nie jest bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały rzeczywiście naruszone wskutek działań przedsiębiorcy. Istotne jest to, że przedmiotowe działanie może zagrozić, przynajmniej potencjalnie, interesom pewnego kręgu nieprofesjonalnych uczestników rynku.

W rozważanym przypadku zachowanie przedsiębiorcy spełnia niniejszą przesłankę. Jest ono skierowane do ogółu potencjalnych klientów oraz do osób korzystających z usług świadczonych przez przedsiębiorcę. Wywiera ono także niekorzystne skutki w postaci wprowadzenia konsumentów w błąd. Nazwa „hotel” oznacza określony przepisami prawa zakres usług, świadczy o spełnieniu wyszczególnionych w przepisach wymogów, m. in. w zakresie bezpieczeństwa budynku. Przyznanie prawa do nadania nazwy hotel oznacza także, że spełnienie wszystkich wymogów poddano weryfikacji odpowiednich służb. Posłużenie się nazwą „hotel” bez spełnienia przewidzianych przepisami prawa wymogów sprawia, że konsumenci mogą zostać wprowadzeni w błąd co do jakości świadczonych usług. Nawet jeśli w danym obiekcie są świadczone usługi o wysokim standardzie, to ich zakres nie został zweryfikowany i konsumenci nie mogą mieć pewności, co do zakresu składanej im oferty.

Identycznie należy odnieść się do kwestii stosowania przez przedsiębiorcę oznaczenia kategorii wyrażonej gwiazdkami. Określona ilość gwiazdek oznacza opisany w przepisach prawa poziom usług, zakres usług, jakie powinny być dostępne dla korzystających z nich.

Opisane zachowanie przedsiębiorcy jest dla konsumentów niekorzystne, pogarsza ich sytuację faktyczną, godzi więc w ich interesy. W związku z tym, że analizowane zachowanie nie jest skierowane do konkretnych – indywidualnie określonych - osób, lecz do ogółu potencjalnych klientów, **godzi w zbiorowe interesy konsumentów.**

Stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej naruszającej zbiorowe interesy konsumentów świadczy o naruszeniu przez przedsiębiorcę art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje na to, iż praktyka przedsiębiorcy była nieznacznie modyfikowana na przestrzeni lat. Udowodnione zostało jednak, że kwestionowana praktyka trwa przynajmniej od 2007 r. i do czasu wydania tej decyzji nie została zaniechana.

W tych okolicznościach, na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należało uznać praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz nakazać przedsiębiorcy zaniechanie jej stosowania.

## Ad II

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może skorzystać z uprawnienia do nałożenia na przedsiębiorcę stosującego praktykę

naruszającą zbiorowe interesy konsumentów kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia umyślnie, czy też nieumyślnie. Z powyższego wynika, że kara może być nałożona bez względu na okoliczność występowania po stronie przedsiębiorcy winy rozumianej jako świadomość bezprawności zachowania. Okoliczność ta jest jednak czynnikiem relewantnym przy miarkowaniu wysokości nakładanej kary pieniężnej<sup>5</sup>. Stosownie do art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, w tym kar określonych w art. 106 tej ustawy, należy uwzględnić w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także występujące w sprawie okoliczności łagodzące oraz obciążające, o których mowa w art. 111 ust. 3 pkt 2 i ust. 4 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Kara nakładana przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Przedsiębiorca, jako profesjonalista powinien wiedzieć, że prowadząc działalność, w ramach której oferuje swe usługi konsumentom, nie może ich w żaden sposób wprowadzać w błąd. Orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania, tak aby jej nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. W opinii Prezesa Urzędu należy podkreślić aspekt edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka oraz wyrazić nadzieję, że odniesie on spodziewany skutek na przyszłość. Poza wymiarem indywidualnym kary należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

Kara wymierzana w niniejszej sprawie jest nakładana w związku ze stosowaniem przez Stronę niniejszego postępowania praktyki określonej w punkcie I niniejszej decyzji polegającej na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej.

Praktyka ta ujawnia się na etapie poprzedzającym zawarcie kontraktu, wiąże się z przekazywaniem przez przedsiębiorcę wprowadzających w błąd informacji na temat prowadzonego przez niego obiektu, w którym są świadczone usługi hotelarskie.

Podawanie konsumentom nieprawdziwych informacji na temat oferowanych im usług powoduje ich dezorientację, a także prowadzi do podejmowania przez nich nieświadomych decyzji z powodów przez nich nie zawinionych. Z tego względu praktyka, w związku z którą miarkowania jest niniejsza kara, jest praktyką o stosunkowo dużej szkodliwości. Konsumentom są wprowadzani w błąd, poprzez co nie mają oni świadomości, że faktycznie decydują się na usługę inną niż wskazywana przez przedsiębiorcę, przy czym mogą oni dawać wiarę, iż przedstawiana im oferta dotyczy usług o wyższym standardzie, a przynajmniej zweryfikowanych w odpowiedni sposób.

Oceniana praktyka cechuje się długotrwałością, gdyż jest ona stosowana przez przedsiębiorcę co najmniej od 2007 r.

Mając na względzie wysokość obrotu osiągniętego przez przedsiębiorcę w 2014 r. ustalono, iż maksymalna kara, jaka mogłaby zostać w tym przypadku orzeczona, to kara w wysokości [...] zł (słownie: [...]).

---

<sup>5</sup> Konrad Kohutek w: „Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz”, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2008r., strona 1027

W oparciu o osiągnięty przez Przedsiębiorcę obrót oraz kierując się wyżej opisanymi okolicznościami ustalono następnie kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [...] % obrotu, czyli na poziomie 2 905,10 zł.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszczyły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. W sprawie tej nie wystąpiła żadna okoliczność łagodząca. Jednocześnie Prezes Urzędu stwierdził, że przedsiębiorca działał umyślnie. Z tytułu niezgodnego z prawem wykorzystywania chronionych prawem oznaczeń na przedsiębiorcę były nakładane przez Inspekcję Handlową mandaty karne. To z kolei świadczy o tym, że strona niniejszego postępowania musi mieć świadomość bezprawności swego zachowania. Z tego powodu kwotę przyjętą jako bazową podwyższono o 50 % do poziomu 4357,65 zł.

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie 4358 zł (słownie: czterech tysięcy trzystu pięćdziesięciu ośmiu złotych), która to kara nie przekracza maksymalnego wymiaru przewidzianego w art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

**Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000.**

Ad III

Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Zgodnie natomiast z art. 264 § 1 k.p.a. 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.

Postępowanie w sprawie stosowania przez Stronę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku w punkcie I sentencji decyzji Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną. W związku z powyższym postanowiono obciążyć przedsiębiorcę kosztami tego postępowania w wysokości 29 zł (słownie: dwudziestu dziewięciu złotych).

**Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 511010100078782231000000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.**

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz. U. z 2014 r. poz. 101) – 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 Katowicach (ul. Kościuszki 43, 40-048 Katowice).

W przypadku jednak kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie III niniejszej decyzji, stosownie do art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479<sup>32</sup> § 1 i 2 Kodeksu postępowania cywilnego, należy wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

DYREKTOR DELEGATURY  
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI  
I KONSUMENTÓW W KATOWICACH  
Maciej Fragsztajn