



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA W KATOWICACH

Katowice, dnia 18 sierpnia 2015 r.

RKT – 61 – 02/15/AD

DECYZJA Nr RKT - 6 / 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. 185) 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 przeciwko Mirosławowi Sowuli prowadzącemu działalność gospodarczą pod nazwą PHU „BIZMIR” w Katowicach, 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 chronionej prawem nazwy rodzajowej „hotel” oraz oznaczenia kategorii „****” (trzy gwiazdki) w odniesieniu do obiektu „Okraglak” zlokalizowanego w Sosnowcu przy ul. Narutowicza 59, 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 Mirosława Sowulę prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą PHU „BIZMIR” w Katowicach **karę pieniężną** w wysokości **3 928 zł** (słownie: trzech tysięcy dziewięciuset dwudziestu 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 z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów

postanawia się obciążyć Mirosława Sowulę prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą PHU „BIZMIR” w Katowicach **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 **26,60 zł** (słownie: dwudziestu sześciu złotych sześćdziesięciu groszy), w terminie 14 dni od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeprowadzono postępowanie wyjaśniające w sprawie Mirosława Sowuli prowadzącego działalność gospodarczą pod nazwą PHU „BIZMIR” w Katowicach (sygn. akt RKT-403-20/14/AD). W toku przedmiotowego postępowania powzięto informację, iż przedsiębiorca ten posługuje się nazwą rodzajową hotel oraz oznaczeniem „***” w odniesieniu do prowadzonego przez niego obiektu „Okraślak” zlokalizowanego w Sosnowcu. Ustalono ponadto, iż przedsiębiorca ten nie posiada stosownej decyzji administracyjnej o zaszeregowaniu wskazanego obiektu w trybie określonym w ustawie o usługach turystycznych. W związku z tym, że powyższe mogło świadczyć o naruszeniu przez Mirosława Sowulę wskazanej ustawy o usługach turystycznych, a wskutek tego ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, w konsekwencji zachodziło podejrzenie stosowania przez przedsiębiorcę praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

Powyższe okoliczności uzasadniały wszczęcie przedmiotowego postępowania administracyjnego.

W toku prowadzonych działań przedsiębiorca złożył wyjaśnienia, z których wynika, że stosowanie przez niego nazwy hotel w Internecie nie jest celowe. Jeśli natomiast chodzi o posługiwanie się symbolem gwiazdki, to przedsiębiorca wyjaśnił, iż znaczek *** usunął dla uspokojenia sytuacji po kontroli Inspekcji Handlowej, jednakże nie pamięta daty, kiedy do tego doszło. Mirosław Sowula wskazał, że logo jego firmy od długiego czasu obejmuje gwiazdki i nie ma to żadnego związku z kategoryzacją obiektu. Oświadczył on, że podoba mu się ten znak graficzny (dowód: karta nr 46).

Pismem z dnia 30 czerwca 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:

Mirosław Sowula prowadzi działalność gospodarczą na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (dowód: karta nr 4), która polega na świadczeniu usług hotelarskich. Należący do niego obiekt nosi nazwę „Okraślak” i jest zlokalizowany w Sosnowcu przy ul. Narutowicza 59 (dowód: karty nr 5, 6, 11, 12, 16, 17).

W obiekcie o nazwie „Okraślak” Śląski Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Katowicach prowadził kontrole, na dowód czego sporządzono protokoły kontroli (dowód: karty nr 6-21).

Z protokołu kontroli przeprowadzonej w ww. obiekcie przez Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Katowicach w dniu 4 marca 2011 r. (nr akt kontroli OK-42-42/11, dowód: karty nr 17 – 21) wynika, iż sprawdzany obiekt został oznaczony na zewnętrznej reklamie usytuowanej przy nim nazwą „hotel” z kategorią *** (3 gwiazdek).

Ponadto na stronie internetowej www.bizmir.pl przedsiębiorca określił nazwał ten obiekt hotelem.

W recepcji uwidocznione były ulotki reklamowe zawierające nazwę „Okrażlak *** (trzy gwiazdki) Hotel”.

Z poczynionych w toku kontroli ustaleń wynika ponadto, że przedsiębiorca nie posiadał decyzji Marszałka Województwa Śląskiego o zaszeregowaniu obiektu hotelarskiego „Okrażlak” do odpowiedniego rodzaju i kategorii, o jakich mowa w art. 39 ustawy o usługach turystycznych. Przedsiębiorca nie zgłosił również prowadzonego przez siebie obiektu do ewidencji innych obiektów świadczących usługi hotelarskie. Przedsiębiorca okazał natomiast w toku kontroli Decyzję Marszałka Województwa Śląskiego 2968/TS/09 z 16 września 2009 r., w której udzielono promesy zaszeregowania obiektu hotelarskiego o nazwie „Okrażlak” do rodzaju hotel o kategorii * (jedna gwiazdka). Jak ustalono w trakcie niniejszego postępowania administracyjnego promesa obowiązywała do 14 września 2011 r., a w okresie jej ważności Mirosław Sowula nie mógł świadczyć usług hotelarskich w obiekcie, którego promesa ta dotyczyła (dowód: karta nr 30).

Z protokołu kontroli (nr akt kontroli: KD.8361.51.2014) (dowód: karty nr 6 - 16) przeprowadzonej w dniu 25 lutego 2014 r. przez Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Katowicach wynika, że przedsiębiorca wciąż stosował zarówno oznaczenie „hotel”, jak i *** (3 gwiazdki).

W toku podjętych czynności stwierdzono, że obiekt „Okrażlak” został na zewnątrz, jak i w materiałach reklamowych oznaczony kategorią „****” (trzy gwiazdki) (dowód: karty nr 11 - 15). Przez materiały reklamowe należy w tym przypadku rozumieć tablice informacyjne, banery na budynku, drogowskazy dojazdowe, wizytówki.

Ponadto ustalono, że w odniesieniu do obiektu „Okrażlak” stosowano oznaczenia „hotel” na wykazie telefonów uwidocznionym w recepcji oraz na tablicy informacyjnej na drogowskazie dojazdowym (dowód: karta nr 10). Jak zaznaczono w ww. protokole, w czasie trwania kontroli informacja ta została usunięta (dowód: karta nr 7).

Z protokołu kontroli przeprowadzonej w dniu 25 lutego 2014 r. wynika ponadto, że w terminie jej przeprowadzenia Mirosław Sowula wciąż nie posiadał decyzji Marszałka Województwa o zaszeregowaniu obiektu do odpowiedniego rodzaju i kategorii wymaganej przepisem art. 39 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych. W toku kontroli stwierdzono również, że obiekt nie został zgłoszony także do ewidencji innych obiektów hotelarskich prowadzonej przez Prezydenta Miasta Sosnowiec.

Ze złożonego przez przedsiębiorcę w dniu 19 sierpnia 2014 r. oświadczenia wynikało, że w tym terminie posługiwał się on wskazanymi powyżej formami reklamy oraz prezentował swój obiekt w Internecie na stronach www.okrazlak.sosnowiec.pl oraz www.bizmir.pl, (dowód: karty nr 27, 29 – 35). Z dokumentacji fotograficznej wynika, że ani wizytówka, ani banery, czy wykaz telefonów nie zawierały w swej treści oznaczeń hotel i kategorii wyrażonej gwiazdkami.

Okoliczność, że obiekt „Okrażlak” nie został zaszeregowany w drodze decyzji Marszałka Województwa Śląskiego została ponadto przyznana przez przedsiębiorcę (dowód: karta nr 28).

Oględziny strony internetowej www.bizmir.pl przeprowadzone w dniu 26 stycznia 2015 r. wykazały, iż na wskazanej stronie przedsiębiorca posługuje się w odniesieniu do obiektu „Okraślak” nazwą hotel (dowód: karta nr 39). Oględziny przeprowadzone dnia 8 kwietnia 2015 r. (dowód: karta nr 44) potwierdziły, iż stan ten nie uległ zmianie.

Również oświadczenie złożone przez przedsiębiorcę w dniu 24 kwietnia 2015 r. potwierdza okoliczność stosowania oznaczenia „hotel” w odniesieniu do obiektu „Okraślak” na stronie internetowej (dowód: karta nr 46).

Opisany stan nie uległ zmianie również później, co potwierdzają oględziny z dnia 15 czerwca 2015 r. (dowód: karta nr 51)

Obrót przedsiębiorcy w 2014 r. wyniósł [tajemnica przedsiębiorstwa] (dowód: karta nr 52).

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 Mirosław Sowuła 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 przyznają obowiązujące przepisy prawa”¹.

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 obyczajów². 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 prawem³.

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 faktycznego⁴. 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

¹ 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.

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

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

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

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 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 posłużył 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 bezspornie dowodzi bezprawności zachowania przedsiębiorcy.

Rozważane zachowanie przedsiębiorcy należy ocenić również 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 natomiast 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”*. Działaniem takim 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.

Bezprawnie stosowane oznaczenia, którymi posługuje się przedsiębiorca wpływają na zwiększenie prestiżu 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 takiego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki, o jakiej mowa w niniejszej decyzji.

Oznaczając model przeciętnego konsumenta na potrzeby przedmiotowej 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 mógł on napotkać 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.

Reasumując 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 w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania 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 zmieniała się na przestrzeni lat. Udowodnione zostało, że kwestionowana praktyka trwała przynajmniej od 2011 r. Po tym czasie zachowanie przedsiębiorcy uległo zmianom, a mianowicie chronione prawem oznaczenia częściowo zostały wyeliminowane, jednakże nie w pełni. Na stronie internetowej, za pośrednictwem której przedsiębiorca reklamuje swe usługi wciąż podaje on informacje, w których w odniesieniu do prowadzonego obiektu posługuje się nazwą „hotel”. Materiał dowodowy zgromadzony w tej sprawie daje zatem podstawy do przyjęcia, że praktyka trwa nadal.

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 pieniężnej⁵. 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 2011 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 [tajemnica przedsiębiorstwa].

⁵ 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 [tajemnica przedsiębiorstwa] % obrotu, czyli na poziomie 2 618,54 zł.

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zaszyły 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 3 928 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 3 928 zł (słownie: trzech tysięcy dziewięciuset dwudziestu 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 51101010100078782231000000.

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 praktyki naruszającej 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 26,60 zł (słownie: dwudziestu sześciu złotych sześćdziesięciu groszy).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000 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. 479²⁸ § 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. 479³² § 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