



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA UOKiK W POZNANIU**

ul. Zielona 8, 61-851 Poznań
Tel. (0-61) 852-15-17, 852-77-50, Fax (0-61) 851-86-44
E-mail: poznan@uokik.gov.pl

RPZ- 61/21/05/KO/

Poznań, dnia 6 marca 2006 r.

DECYZJA Nr RPZ 4/2006

Na podstawie art. 23 e ust. 1 i 2 w związku z art. 23 a ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity - Dz. U. 2003 r. Nr 244, poz. 2080) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. 2002 r. Nr 18 poz. 172; Dz. U. 2003 r. Nr 6, poz. 68), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **uznaje się, że:**

działania Marii Lubińskiej prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą „Meri - San” Biuro Podróży w Poznaniu, polegające na niestosowaniu przez przedsiębiorcę norm prawnych chroniących konsumentów wynikających z przepisów art. 14 ust. 5 i art. 17 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (t. j. Dz. U. 2004 Nr 223 poz. 2268 z późn. zm.), tj. stosowanie, w umowach zawieranych z konsumentami, postanowień wzorca umowy o świadczenie usług turystycznych pozbawiających klienta prawa do odstąpienia od umowy w sytuacji podwyższenia ceny usługi o kwotę mniejszą niż 10% wartości usługi oraz umożliwiających podwyższenie ceny usługi turystycznej w okresie krótszym niż 20 dni przed dniem wyjazdu, z jednoczesnym wyłączeniem obowiązku poinformowania klienta o ww. podwyżkach,

**stanowią praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
oraz stwierdza się, iż:**

Maria Lubińska prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą „Biuro Podróży Meri – San” w Poznaniu **zaniechała stosowania w/w praktyki.**

Uzasadnienie

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatura w Poznaniu (dalej: Urząd) przeprowadził postępowanie wyjaśniające (sygnatura akt RPZ-62/15/05/AC) którego celem było zbadanie treści wzorców umownych stosowanych przez organizatorów turystyki funkcjonujących w Wielkopolsce pod kątem ich zgodności z przepisami kodeksu cywilnego o klauzulach niedozwolonych (art. 385¹ - 385³ k.c.) oraz ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (t. j. Dz. U. 2004 Nr 223 poz. 2268 z późn. zm.).

W toku postępowania wyjaśniającego stwierdzono, iż część postanowień wzorca umowy, stosowanego w umowach zawieranych z konsumentami, przez Marię Lubińską prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą „Meri - San” Biuro Podróży w Poznaniu (zwaną dalej Przedsiębiorcą) może naruszać zbiorowe interesy konsumentów. W związku z ustaleniami poczynionymi w toku postępowania wyjaśniającego, postanowieniem z dnia 15 listopada 2005 r. na podstawie art. 44 ust. 1 w związku z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (dalej: ustawy o ochronie), wszczęto postępowanie w sprawie stosowania przez Przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie, polegających na stosowaniu postanowień wzorca umowy pozbawiających klienta prawa do odstąpienia od umowy w sytuacji podwyższenia ceny usługi o kwotę mniejszą niż 10% wartości usługi oraz umożliwiających podwyższenie ceny usługi turystycznej w okresie krótszym niż 20 dni przed dniem wyjazdu, z jednoczesnym wyłączeniem obowiązku poinformowania klienta o ww. podwyżkach.

Urząd zakwestionował postanowienie wzorca umowy o treści:

„Biuro zastrzega sobie prawo do zmiany ceny oferowanej imprezy/ świadczeń w przypadku, gdy zmienią się czynniki kształtujące koszty usługi, (np. z powodu zmiany: kursów walut, taryf przewozowych lub kosztów paliwa, opłat urzędowych itp.). Wzrost ceny nie może przekroczyć 10% ogólnej należności za realizację umowy i nie jest traktowany jako zmiana umowy.” jako sprzeczne z art. 14 ust. 5 i art. 17 ust. 1 i 2 ustawy o usługach turystycznych.

Odpowiadając na powyższy zarzut, pismem z dnia 24 listopada 2005 r., p. Maria Lubińska stwierdziła, iż stosowany przez nią wzorzec umowy nigdy nie wyłączał obowiązku informowania klienta o podwyżce ceny lub o zmianie jakości lub ilości świadczeń. Kwestionowany przez Urząd zapis wzorca umowy nie znalazł nigdy zastosowania, a jest jedynie wyrazem nadmiernej ostrożności. Pani Maria Lubińska podniosła również, iż prowadzone przez nią Biuro Podróży ma doskonałe referencje klientów i nie spotykało się z krytyką.

Do ww. pisma dołączone został nowy wzorzec umowy, w którym kwestionowane postanowienie zostało zmodyfikowane na postanowienie o treści: *„Biuro zastrzega sobie prawo do zmiany ceny oferowanej imprezy/ świadczeń w przypadku, gdy zmienią się czynniki kształtujące koszty usługi, (np. z powodu zmiany: kursów walut, taryf przewozowych lub kosztów paliwa, opłat urzędowych itp.), nie później jednak niż 20 dni przed terminem realizacji usługi. Wzrost ceny powyżej 10% upoważnia klienta do rezygnacji z imprezy/ świadczeń i odzyskania całości wpłaconej kwoty”*.

W rozmowie telefonicznej z dnia 8 grudnia 2005 r. p. Maria Lubińska została poinformowana, że dodanie zapisu stanowiącego, iż zmiana ceny imprezy nie może nastąpić później niż do 20 dnia przed terminem realizacji usługi spełnia warunki ustawy o usługach turystycznych, natomiast zmiana postanowienia, w którym podwyższenia ceny usługi o mniej niż 10% nie jest traktowane jako zmiana umowy nie czyni zadość wymaganiom ww. ustawy. W zawiązku z tym p. Maria Lubińska zgodziła się poprawić warunku umowy zgodnie z sugestiami Urzędu i przesłać je w najbliższym czasie.

W dniu 15 grudnia 2005r. złożone zostały w Urzędzie nowe warunki umów dostosowane do wymagań przepisów ustawy o usługach turystycznych. Przedstawiony przez Przedsiębiorcę wzorec umowy zawiera postanowienie o treści: *„Biuro zastrzega sobie prawo do zmiany ceny oferowanej imprezy/ świadczeń w przypadku, gdy zmienią się czynniki kształtujące koszty usługi, (np. z powodu zmiany: kursów walut, taryf przewozowych lub kosztów paliwa, opłat urzędowych itp.), nie później jednak niż 20 dni przed terminem realizacji usługi. Wzrost ceny upoważnia klienta do rezygnacji z imprezy/ świadczeń i odzyskania całości wpłaconej kwoty”*.

W toku postępowania stwierdzono ponadto, iż mimo zmiany z dniem 15 grudnia 2005 r. kwestionowanego postanowienia wzorca umownego, we wzorcu utrzymane zostało postanowienie punktu 2.1 lit a tiret drugie, w świetle którego Przedsiębiorca zwraca dokonaną wpłatę w całości w przypadku: *„rezygnacji Klienta z imprezy/świadczeń w ciągu 3 dni po poinformowaniu go przez Biuro o konieczności zmiany warunków umowy (np. podniesienie ceny o więcej niż 10 %)”*.

W rozmowie telefonicznej w dniu 3 stycznia 2006 r. Przedsiębiorca zapewnił, iż było to zwykłe niedopatrzenie i zostanie niezwłocznie usunięte. Pismem z dnia 23 lutego 2006 r. Przedsiębiorca oświadczył, iż zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Do ww. pisma dołączony został poprawiony wzorec umowy.

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Zgodnie z art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie, *„przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy”*. Stwierdzenie istnienia przedmiotowej praktyki wymaga więc spełnienia dwóch przesłanek:

1. bezprawności działania oraz
2. naruszenia zbiorowego interesu konsumentów.

Ad. 1. Bezprawność, do której odwołuje się ustawodawca, oznacza sprzeczność z prawem, a także z zasadami współżycia społecznego oraz z dobrymi obyczajami. Stanowisko takie znajduje oparcie w uzasadnieniu projektu rządowego ustawy nowelizacyjnej z dnia 5 lipca 2002 r. (Dz. U. nr 129, poz. 1102), która wprowadziła do ustawy o ochronie przepisy regulujące postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, zgodnie z którym *„same przepisy art. 23a – 23d ustawy nie regulują konstrukcji bezprawności działań przedsiębiorcy. Działania te mogą okazać się bezprawne w razie ustalenia, że doszło do naruszenia przepisów innych ustaw, także zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów.”*

W art. 23a ust. 2 ww. ustawy zamieszczono przykładowe wyliczenia praktyk zakazanych przez ustawodawcę. Katalog ten wymienia między innymi czyny nieuczciwej konkurencji, stosowanie klauzul wpisanych do rejestru niedozwolonych postanowień umownych oraz naruszenie prawa konsumenta do uzyskania rzetelnej i wyczerpującej informacji.

Do działań Przedsiębiorcy w przedmiotowej sprawie zastosowanie ma ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych. Zgodnie z art. 14 ust. 5 ww. ustawy *„organizator, który przed rozpoczęciem imprezy turystycznej jest zmuszony, z przyczyn od niego niezależnych, zmienić istotne warunki umowy z klientem, (...), powinien niezwłocznie o tym powiadomić klienta. W takiej sytuacji klient powinien niezwłocznie poinformować organizatora, czy:*

- 1) *przyjmuje proponowaną zmianę umowy albo*

2) *odstępuje od umowy za natychmiastowym zwrotem wszystkich wniesionych świadczeń i bez obowiązku zapłaty kary umownej.*”

Z kolei art. 17 ust. 1 ww. ustawy ustala warunki, w jakich może dojść do podwyższenia ceny imprezy turystycznej. W myśl tego przepisu *„cena ustalona w umowie nie może być podwyższona, chyba że umowa wyraźnie przewiduje możliwość podwyższenia ceny, a organizator turystyki udokumentuje wpływ na podwyższenie ceny jednej z następujących okoliczności:*

1) *wzrostu kosztów transportu;*

2) *wzrostu opłat urzędowych, podatków lub opłat należnych za takie usługi, jak lotniskowe, załadunkowe lub przeładunkowe w portach morskich i lotniczych;*

3) *wzrostu kursów walut.*” Co więcej ust. 2 stanowi, iż *„w okresie 20 dni przed datą wyjazdu cena ustalona w umowie nie może być podwyższona”*.

Mając na uwadze powyższe przepisy należy stwierdzić, iż postanowienie wzorca umowy o treści: *„Biuro zastrzega sobie prawo do zmiany ceny oferowanej imprezy/ świadczeń w przypadku, gdy zmienia się czynniki kształtujące koszty usługi, (np. z powodu zmiany: kursów walut, taryf przewozowych lub kosztów paliwa, opłat urzędowych itp.). Wzrost ceny nie może przekroczyć 10% ogólnej należności za realizację umowy i nie jest traktowany jako zmiana umowy.*” kształtuje prawa konsumenta w sposób sprzeczny z ww. przepisami.

Po pierwsze umożliwia Przedsiębiorcy podwyższenie ceny usługi do wysokości 10% wartości tej usługi bez poinformowania o tym fakcie klienta. Przedsiębiorca nie traktuje zmiany ceny imprezy do ww. wysokości jako zmiany warunków umowy. W ten sposób wyłącza ciężący na nim obowiązek poinformowania o podwyżce, a tym samym odmawia konsumentowi prawa do odstąpienia od umowy, mimo, iż prawo takie przyznaje konsumentowi art. 14 ust. 5 pkt. 2 ustawy o usługach turystycznych. Przy czym chodzi tu o taką informację, która wywołuje konkretne skutki, tj. rozpoczyna okres, w którym konsument może odstąpić od umowy w związku ze zmianą istotnych warunków tej umowy.

Po drugie uprawnia Przedsiębiorcę do podwyższenia ceny usługi w okresie krótszym niż 20 dni przed rozpoczęciem imprezy. Takie działanie jest bezwzględnie zabronione przez ustawodawcę w art. 17 ust. 2 ww. ustawy.

Sprzeczność postanowienia umowy z ww. ustawą niewątpliwie stanowi o bezprawności działania Przedsiębiorcy.

Postanowienie wzorca umowy o przytoczonej treści narażają klienta na straty finansowe, pomimo tego, że art. 19 ww. ustawy stanowi, iż *„postanowienia umów zawieranych przez organizatorów turystyki z klientami mniej korzystne dla klientów niż postanowienia niniejszej ustawy są nieważne”*.

Ad. 2. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie podaje definicji „zbiorowych interesów konsumentów”. Wskazuje jedynie, iż nie można ich utożsamiać z sumą indywidualnych interesów konsumentów. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem często lub nawet powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy.

W niniejszej sprawie bez wątpienia mamy do czynienia z naruszeniem praw bliżej nieokreślonej liczby konsumentów, zarówno tych, którzy już zawarli umowę z Przedsiębiorcą, jak i jego potencjalnych klientów. Widoczne jest więc, że bezprawne zachowanie Przedsiębiorcy nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy mają

charakter indywidualny, lecz mamy do czynienia z naruszonymi uprawnieniami kręgu klientów zarówno obecnych, jak i przyszłych.

W ocenie Prezesa Urzędu, powyższe działanie należy kwalifikować jako praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na naruszaniu przepisów ustawy o usługach turystycznych poprzez stosowanie postanowień wzorca umowy pozbawiających klienta prawa do odstąpienia od umowy w sytuacji podwyższenia ceny usługi o kwotę mniejszą niż 10% wartości usługi oraz umożliwiających podwyższenie ceny usługi turystycznej w okresie krótszym niż 20 dni przed dniem wyjazdu, z jednoczesnym wyłączeniem obowiązku poinformowania klienta o ww. podwyżkach.

W związku ze spełnieniem obu przesłanek, należy zachowanie Przedsiębiorcy uznać za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, wskazaną w art. 23a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Na podstawie zebranego materiału Urząd stwierdził, iż najpóźniej z dniem 23 lutego 2006 r. Przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów poprzez wprowadzenie nowego wzorca umowy. Wzorzec ten został przedstawiony w Urzędzie w dniu 24 lutego 2006 r. wraz z oświadczeniem o zaniechaniu ww. praktyki.

Zgodnie z dyspozycją art. 23e ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, jeżeli przedsiębiorca zaniechał stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania.

Wobec powyższego orzeczono, jak w sentencji.

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

Z upoważnienia
Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Dyrektor Delegatury w Poznaniu
Edward Stawicki

Otrzymują:
Maria Lubińska
Biuro Podróży „Meri - San”
ul. Fredry 7
61-701 Poznań

a/a