

**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
DELEGATURA UOKIK W GDAŃSKU**

RGD.61-13/05/AW

Gdańsk, dnia 28 października 2005r.

DECYZJA nr RGD. 38/2005

Na podstawie art. 23 e ust. 1 i 2 w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 86, poz. 804 ze zmianami) oraz stosownie do treści art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 18, poz. 172 ze zmianami), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

uznaje się za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów bezprawne działanie P. w K., polegające na:

- 1) pobieraniu od konsumentów w latach 1995-2005 tzw. „opłaty rezerwacyjnej” przy zakupie biletu na rejsy wykonywane promami P. w wysokości 5 zł, która nie była ujęta w cennikach usług, co jest niezgodne z art. 12 ust. 2 ustawy z dnia 5 lipca 2001r. o cenach (Dz. U. Nr 97, poz. 1050, z późn. zm.),
- 2) oznaczeniu usługi związanej z wykonywaniem promowych przewozów pasażerskich w sposób wprowadzający konsumentów w błąd co do charakteru „opłaty rezerwacyjnej” nie związanej z rezerwacją biletu, lecz dotyczącej rekompensaty za wydawanie biletów wystawianych ręcznie, co jest niezgodne z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity: Dz.U. 2003r., Nr 153, poz. 1503, ze zm.)

ii stwierdza się zaniechanie ich stosowania z dniem 15 marca 2005r.

UZASADNIENIE

W dniu 14 lutego 2005r. do Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku wpłynęła skarga p. J. P. z G., dotycząca pobierania przez P. w K. (zwanej dalej P.) tzw. „opłat rezerwacyjnych” (karta akt nr 1). Do skargi była dołączona kopia imiennego biletu z dnia 07 lutego 2005r. na kwotę 580,00 SEK stanowiącą równowartość 254,45 PLN oraz paragon fiskalny z dnia 07 lutego 2005r. na kwotę 5,00 PLN. z tytułu rezerwacji biletów promowych (k. 2).

Konsumentka w swojej skardze podała m.in. następujące informacje:

„(...) zdecydowałam się wykupić bilet bez wcześniejszej rezerwacji, co uczyniłam 07 lutego 2005r. Należność do zapłaty wyniosła 259,45 PLN i tyleż zapłaciłam. Jednak potem zauważyłam, iż cena biletu wynosiła 254,45 PLN, a mimo wszystko pobrano ode mnie opłatę rezerwacyjną (otrzymałam dodatkowy paragon z informacją: rezerwacja biletów promowych). Wydawało mi się to dziwne, gdyż według mojej logiki żadnej rezerwacji nie dokonywałam”.

W związku z tym Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej Prezesem Urzędu lub organem antymonopolowym) w dniu 8 marca 2005r. wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające, w sprawie ustalenia, czy działanie P. w zakresie pobierania od konsumentów „opłaty rezerwacyjnej” przy zakupie biletów na rejsy promami P. w wysokości 5 zł, nie stanowi naruszenia przepisów ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 86, poz. 804 ze zmianami) zwanej dalej „ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów”.

W toku postępowania P. w piśmie z dnia 17 marca 2005r. złożyła następujące wyjaśnienia (k. 6-8):

- ✓ „Opłata rezerwacyjna” została wprowadzona w 1995r. w drodze polecenia ówczesnego zarządu P. Uzasadnieniem dla wprowadzenia „opłaty rezerwacyjnej” był fakt występowania po stronie przewoźnika znacznych kosztów związanych z przygotowaniem blankietów biletów. Bilety promowe przygotowywane były na podstawie specjalnego zamówienia (miały postać swego rodzaju książeczki), na papierze kalkowym, kolorowym, co rzutowało na koszt samego biletu rozumianego jako blankiet.
- ✓ Przewoźnik nie dysponował narzędziem w postaci centralnego systemu rezerwacji, bilety wystawiano ręcznie i w drodze telefonicznej dokonywano rezerwacji miejsca. Z tego powodu wprowadzono do użycia nazwę „opłata rezerwacyjna”, podczas gdy istota tej opłaty wskazuje, iż była to opłata za wydanie biletu (nie była ona powiązana z samym faktem rezerwacji). Przewoźnik dążąc do odzyskania tak powstałego kosztu zdecydował o pobieraniu od pasażerów dodatkowej opłaty poza ceną za przewóz. Opłaty takie stanowią element wynagrodzenia za wykonywaną usługę.
- ✓ Po zbudowaniu elektronicznego systemu rezerwacyjnego R. z uwagi na utrzymanie biletów promowych w formie książeczki kontynuowano powyższą procedurę.
- ✓ Opłata ta była pobierana na wszystkich liniach bezpośrednio przez przewoźnika oraz tych agentów, którzy wydawali pasażerowi bilet (niektórzy agenci, np. lokalne biura O., nie wydawali pasażerowi biletu lecz voucher).
- ✓ Za granicą przewoźnik reprezentowany jest przez miejscowe biura, które występują w charakterze agentów. Opłata rezerwacyjna w przypadku sprzedaży przewozu na terenie S. lub D. (albo innego państwa na obszarze którego działał agent przewoźnika) nie była pobierana przez przewoźnika.
- ✓ Wskutek zmiany okoliczności wynikających z unowocześnienia systemu rezerwacyjnego uznać można, iż odpadły już przyczyny, dla których opłata ta była wprowadzona.
- ✓ Po otrzymaniu pisma konsumentki – Pani J. P. z G., załączonego do postanowienia o wszczęciu postępowania wyjaśniającego – Zarząd Spółki polecił zaprzestanie poboru opłaty rezerwacyjnej z dniem 15 marca 2005r.

Mając na uwadze okoliczności sprawy Prezes Urzędu wszczął postępowanie w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania Zarząd P. złożył dwa oświadczenia o następującej treści:

- ✓ wprowadzenie tzw. „opłat rezerwacyjnych” nastąpiło w sierpniu 1995r. a z dniem 15 marca 2005r. zaprzestano ich pobierania; w tym okresie „opłatę rezerwacyjną” pobrano maksymalnie od 50 tys. biletów (k. 47);
- ✓ nie jest możliwe określenie jaki jest udział 50tys. szt. biletów promowych wydanych w latach 1995-2005 za pobraniem „opłaty rezerwacyjnej” w ogólnej liczbie wydanych biletów, bowiem w praktyce P. nie prowadziło takiej ewidencji. *„Próby szacunkowego określenia tego stosunku nie doprowadziłyby do ustalenia klucza, według którego można by miarodajnie podać wzajemny stosunek biletów wydanych za pobraniem „opłaty rezerwacyjnej” do biletów ogółem. Proporcji tej, z uwagi na specyfikę sprzedaży (poprzez agentów zagranicznych i krajowych, sprzedaż we własnych biurach, bilety zbiorowe, kierowcy towarzyszący ładunkowi na pojazdach ciężarowych, którzy otrzymywali bilet pasażerski w ramach frachtu ładunkowego) nie można wyprowadzić ani z liczby pasażerów, ani z osiągniętego przychodu ze sprzedaży usług przewozowych. Miarodajnego efektu nie daje także odwołanie się do ilości zamówionych w latach 1995-1997 blankietów biletów. Obecnie stosowany system R. nie posiada funkcji rejestracji wydanych biletów”* (k. 48)

ORGAN ANTYMONOPOLOWY USTALIŁ, CO NASTĘPUJE:

Z zebranych materiałów wynika, że P nie prowadziło ewidencji ilości wydanych biletów, ponieważ obowiązek ten nie wynikał z przepisów, ani z potrzeb przedsiębiorcy. Przewoźnik prowadzi natomiast ścisłą ewidencję ilości przewożonych pasażerów, która w okresie 01.01.1995r. – 30.06.2005r. wyniosła (...) osób (k. 49). Liczba pasażerów nie może być jednak utożsamiana z liczbą wydanych biletów, bowiem:

- ✓ wszystkie wycieczki (np. zwiedzanie K., S.) podróżują na podstawie zbiorczego biletu, podobnie jak pasażerowie korzystający z oferty specjalnej „car+5” (samochód plus 5 pasażerów),
- ✓ jeden bilet wystawiany jest wycieczkom grupowym lub rodzinnym,
- ✓ część pasażerów podróżuje na podstawie biletów nabytych u pośredników (agentów) zagranicznych, którzy nie byli zobowiązani przez przewoźnika do poboru tzw. „opłaty rezerwacyjnej”. Agenci są niezależnymi podmiotami gospodarczymi i działają na własny rachunek,
- ✓ w grupach powyżej 15 osób, każda 16 osoba otrzymywała bezpłatny przejazd i miejsce w kabinie.

W latach 1995-2005 PŻB S.A. pobrało „opłatę rezerwacyjną” od ok. (...) biletów i uzyskało z tego tytułu ok. (...) zł. (k. 39).

Z dokonanych ustaleń wynika, że żaden z cenników P., obowiązujących w latach 1995-2001 i 2004r. (k. 50-58) nie zawierał pozycji „opłata rezerwacyjna”. Fakt ten przyznał również sam przedsiębiorca, potwierdzając w oświadczeniu, że *„(...)”* tzw. *opłata rezerwacyjna nie była przewidziana w cennikach udostępnianych podróżnym. O jej występowaniu pasażer był zawiadamiany w chwili wystawiania biletu przez przewoźnika oraz agentów, którzy wydawali druk biletu. (...) przewoźnik nie pobierał opłaty rezerwacyjnej w przypadku sprzedaży biletu na terenie S. lub D. (przewoźnik nie prowadził własnej działal-*

ności na terenie tych państw, gdyż był reprezentowany przez miejscowych agentów)” (k. 61).

W toku postępowania organ antymonopolowy wystąpił do przedsiębiorców świadczących, podobnie jak P., usługi promowych przewozów pasażerskich, w celu ustalenia, czy w latach 1995-2005 pobierali oni tzw. „opłatę rezerwacyjną” lub dodatkową opłatę dotyczącą rekompensaty za wydawanie biletów wystawianych ręcznie w okresie braku centralnego systemu rezerwacji.

Na podstawie uzyskanych odpowiedzi dokonano następujących ustaleń:

- ✓ E. w S. nie pobierała i nie pobiera tzw. „opłat rezerwacyjnych”. Armator nie pobierał od pasażerów żadnych dodatkowych opłat będących rekompensatą za wydawanie biletów wystawianych ręcznie (k. 20-21);
- ✓ U. w S. nie pobierała takich opłat (k. 15);
- ✓ S. w G. również nie pobierała takich opłat (k.17).

ORGAN ANTYMONOPOLOWY ZWAŻYŁ, CO NASTĘPUJE:

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów (art. 1 ust. 1).

Zgodnie z treścią art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji [...] „Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.” Ponadto art. 23 a ust 2 tejże ustawy stanowi, że praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów są w szczególności m.in. naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów.

Dla orzeczenia, że konkretne zachowanie rynkowe przedsiębiorcy stanowi przejaw stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest wykazanie i udowodnienie, że podejmowane przez tego przedsiębiorcę działanie:

- ✓ ujawnia się w obrocie konsumenckim, a więc w relacjach pomiędzy podmiotem posiadającym przymiot przedsiębiorcy a konsumentami,
- ✓ nie odnosi się do indywidualnych przypadków, ale charakteryzuje stan relacji zawieranych z pewną zbiorowością konsumentów,
- ✓ jest bezprawne,
- ✓ godzi w interesy konsumentów.

P. jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 ust.1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Wykonując promowe przewozy ładunków i pasażerów P. świadczy usługi transportowe zarówno na rzecz innych przedsiębiorców, jak i konsumentów, do których w dużej części adresowana jest oferta tego morskiego przewoźnika.

Stosownie do przepisu art. 4 pkt 11 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów „ilekroć w ustawie jest mowa o konsumencie, należy przez to rozumieć konsumenta w ro-

zumieniu przepisów ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. – Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93, z późn. zm.)”. Zgodnie z przepisem art. 22¹ K.c. „za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej nie związanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową”. Nie ulega więc wątpliwości, że pasażerowie podróżujący promami P. są konsumentami.

W przedmiotowej sprawie P. postawiono zarzut podejmowania działań noszących znamiona praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegających na:

- 1) pobieraniu od konsumentów w latach 1995-2005 tzw. „opłaty rezerwacyjnej” przy zakupie biletu na rejsy wykonywane promami P. w wysokości 5 zł, która nie była ujęta w cennikach usług, co jest niezgodne z art. 12 ust. 2 ustawy z dnia 5 lipca 2001r. o cenach (Dz. U. Nr 97, poz. 1050, z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą o cenach”,
- 2) oznaczeniu usługi związanej z wykonywaniem promowych przewozów pasażerskich w sposób wprowadzający konsumentów w błąd co do charakteru „opłaty rezerwacyjnej” nie związanej z rezerwacją biletu, lecz dotyczącej rekompensaty za wydawanie biletów wystawianych ręcznie, co jest niezgodne z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity: Dz.U. 2003r., Nr 153, poz. 1503, ze zm.), zwanej dalej „ustawą o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji”.

Nie ulega wątpliwości, że zakwestionowane przez organ antymonopolowy działania przedsiębiorcy obowiązywały w obrocie konsumenckim, na etapie zawierania umowy o morski przewóz osób.

Dla udowodnienia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów nie jest wymagane wykazanie, że przedsiębiorca je stosujący zajmuje szczególną, kwalifikowaną (dominującą) pozycję na rynku. Źródłem tego rodzaju praktyk nie jest bowiem jedynie siła ekonomiczna i władza rynkowa profesjonalisty, ale jego przewaga nad nieprofesjonalnymi uczestnikami obrotu, przejawiająca się nie tyle w indywidualnych transakcjach, co w relacjach z nieskonkretyzowaną - co do ilości - grupą odbiorców. Jeśli relacje te charakteryzują się pewną wspólną cechą, to występowanie takiego właśnie wyróżnika w stosunkach danego rodzaju, nawiązywanych pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentami wskazuje, że – w danej, konkretnej sprawie – mamy do czynienia nie z sumą indywidualnych interesów, ale ze zbiorowym interesem konsumentów. Może on zostać naruszony również i w tych sytuacjach, gdy kwestionowanymi działaniami przedsiębiorcy dotknięci są nie tylko aktualni, ale również potencjalni jego klienci, do których jest adresowana np. informacja o produkcie czy usługach. W przedmiotowej sprawie kwestionowane przez organ antymonopolowy działanie polegające na pobieraniu spornej opłaty dotykało wszystkich indywidualnych pasażerów korzystających lub chcących skorzystać z usług transportowych, świadczonych przez promy P. na trasie z P. do S. Należało więc przyjąć, że te zachowanie rynkowe skarżonego przedsiębiorcy, jak na to wskazują ustalenia stanu faktycznego, odnosiło się i obowiązywało w stosunkach zawieranych z szeroką rzeszą konsumentów.

Bezprawność jest taką cechą działania, która polega na jego sprzeczności z normami prawa lub zasadami współżycia społecznego, czy dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Jako „sprzeczne z prawem” należy kwalifikować zachowania niezgodne z nakazem zawartym w ustawie, rozporządzeniu wydanym na podstawie i dla wykonania ustawy, umową międzynarodową mającą bezpośrednio zastosowa-

nie w stosunkach wewnętrznych. „*Sprzeczne z prawem*” są czyny: zabronione i zagrożone sankcją karną, czyny zabronione pod sankcjami dyscyplinarnymi, czyny zakazane przepisami administracyjnymi lub przepisami prawa gospodarczego publicznego, czyny zabronione przepisami o charakterze cywilnym, sprzeczne z nakazami zawartymi w prawie cywilnym lub prawie administracyjnym. Dla ustalenia bezprawności działania przedsiębiorcy wystarczy ustalenie, że jego określone zachowanie koliduje z przepisami prawa (*por. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz pod redakcją Janusza Szwaji, Urząd Antymonopolowy, Warszawa 1994, s.38-39*).

Aktem określającym m.in. sposób informowania o charakterystyce jakościowej oraz o cenach oferowanych towarów i usług jest ustawa o cenach. Z art. 12 ust. 2 tej ustawy wynika wprost, że w miejscach świadczenia usług uwidacznia się ceny jednostkowe usług w sposób zapewniający prostą i niebudzącą wątpliwości informację o ich wysokości. Z kolei rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 10 czerwca 2002r. w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży (Dz.U. Nr 99, poz. 894 z późn. zm.) zwane dalej „rozporządzeniem w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży” stanowi, że ceny za usługi podaje się z dokładnym określeniem rodzaju i zakresu usługi. Jeżeli jest to zgodne z praktyką obrotu, ze względu na rodzaj świadczonej usługi, zamiast ceny za usługę można podać cenę jednostkową za jednostkę usługi (§ 10). Ponadto, zestawienie cen (cennik) powinno zawierać dokładne określenie rodzaju i zakresu świadczonych usług (§ 11). Tymczasem, jak to wynika z ustaleń stanu faktycznego, i co sam przyznał skarżony przedsiębiorca, kwestionowana kategoria opłaty nigdy nie była ujęta w obowiązujących i stosowanych przez P. cennikach, a o jej istnieniu konsument dowiadywał się dopiero w momencie zakupu biletu. Okoliczność ta przesądza o uznaniu, że – działając w ten sposób – morski przewoźnik promowy naruszył wskazane wyżej przepisy ustawy i rozporządzenia.

Sprzeczność z prawem danego czynu wywieść można także z art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji stanowiącego, że „*Czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta*”.

Chociaż „*dobre obyczaje*” nie są normami prawnymi, to są jednak normami postępowania, które - podobnie jak „*zasady współżycia społecznego*” oraz „*ustalone zwyczaje*” - powinny obowiązywać wszystkich przedsiębiorców w obrocie gospodarczym (nie chodzi tu o przestrzeganie dobrych obyczajów *w ogóle*, ale zachowanie przez profesjonalnych uczestników rynku zasad uczciwości kupieckiej). O tym, czy dane działanie narusza dobre obyczaje, decydują czynniki obiektywne i obojętne jest w zasadzie, co sam działający sądzi w tej kwestii. Dany czyn może być zatem uznany za przeciwny dobrym obyczajom, choćby działający nie miał świadomości, że czyn jego sprzeciwia się dobrym obyczajom i choćby działający z punktu widzenia subiektywnego nie ponosił winy co do tego braku świadomości (*por. Ustawa o zwalczaniu..., s. 42-43*).

W przedmiotowej sprawie, przedsiębiorca P. w latach 1995-2005 pobierał od swoich pasażerów dodatkową, poza ceną biletu, „*opłatę rezerwacyjną*” w wysokości (...) PLN. Konsument, decydując się na podróż promem, zobligowany był nie tylko do zapłaty ceny za bilet, ale przy jego zakupie zaskakiwany był koniecznością uiszczenia dodatkowej opłaty. Opłata ta pobierana była zarówno od konsumentów zamawiających bilet z wyprzedzeniem, jak również od konsumentów, którzy decydowali się na zakup biletu u przewoźnika w dniu rejsu. Przede wszystkim ci ostatni, decydując się niejednokrotnie na podróż w ostatniej chwili, chociaż nie dokonywali wcześniej żadnej rezerwacji miejsca na pokładzie,

zmuszeni byli za nią zapłacić. Także i tym, którzy wcześniej planowali rejs promem i zarezerwowali wcześniej bilet, opłata ta nie była zaliczana w poczet jego ceny.

Mając to na uwadze uznać należało, że praktyka stosowana przez P. w zakresie pobierania „opłaty rezerwacyjnej” stoi w sprzeczności z przepisami ustawy o cenach i rozporządzenia w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży, nakładającymi na przedsiębiorcę obowiązek przedstawiania konsumentom czytelnej oferty usług i informacji m.in. o obowiązujących cenach świadczenia usług, ze wszystkimi ich składnikami wpływającymi na ich wysokość, ale również nie odpowiada dobrem obyczajom obowiązującym w obrocie gospodarczym. Nie ulega więc wątpliwości, że – w analizowanym zakresie - zachowanie skazonego przedsiębiorcy jest działaniem bezprawnym i naruszającym dobre obyczaje.

Jak to wyżej wykazano kwestionowana opłata, tj. zarówno jej kategoria, jak i wysokość, nigdy nie była zawarta w obowiązujących cennikach świadczenia usług tego przewoźnika. Nie umieszczając tej kategorii opłaty w stosowanej taryfie, P. nie tylko nie dopełniła obowiązku udzielenia konsumentom pełnej, rzetelnej i niebudzącej wątpliwości informacji o wszystkich składnikach ceny za bilet i ich wysokości, ale wprowadzała konsumentów w błąd co do charakteru „opłaty rezerwacyjnej”.

Zgodnie z art. 10 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oznaczenie towarów lub usług albo jego brak, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów albo usług, a także zatajenie ryzyka, jakie wiąże się z korzystaniem z nich jest czynem nieuczciwej konkurencji.

Rozpatrując okoliczności przedmiotowej sprawy uznać należało, że sama nazwa „opłata rezerwacyjna” wprowadzała konsumentów w błąd. Termin „rezerwacja” definiowany jest zwykle¹ jako „zamówienie sobie czegoś, np. miejsca w samolocie lub pokoju w hotelu”, a rezerwować, to nic innego jak dokonywać rezerwacji. Tak też oba pojęcia funkcjonują i są rozumiane przez większość posługujących się językiem polskim, tak literackim, jak i potocznym. Tymczasem opłata pobierana przez P. nie miała nic wspólnego z rezerwacją i - co już wskazano - pobierana była pomimo, że konsument nie zamawiał wcześniej biletu. Jak to wynika z odpowiedzi skarżonego przedsiębiorcy jej nazwa zupełnie nie odpowiadała zakresowi czynności związanych z rezerwacją, bowiem *de facto* dotyczyła ona rekompensaty za wydawanie biletów wystawianych ręcznie. Wyjaśnienia te nie zmieniają jednak w żaden sposób naganności zachowań P. Jak to wynika z ustaleń dokonanych przez organ antymonopolowy inni przewoźnicy morscy, tj.: E. w S., U. w S., S. w G. nie stosowali i nie stosują ani opłat rezerwacyjnych, ani dodatkowych opłat będących rekompensatą za wydawanie biletów wystawianych ręcznie. Wynika z tego, że taki sposób działania nie stanowi normy, czy cechy charakterystycznej obowiązującego w tym segmencie transportu. Wręcz przeciwnie jest z ukształtowanym w tym zakresie obyczajem sprzeczny.

Ponadto, jak już wskazano zakres werbalny pojęcia „opłata rezerwacyjna” w żaden sposób - jeśli przyjąć wyjaśnienia skarżonego - nie odpowiada zakresowi semantycznemu tego terminu, co może być przyczyną konfuzji w obrocie konsumenckim. Na przedsiębiorcach ciążyą szczególne obowiązki związane z udzielaniem konsumentom prawdziwej, pełnej i zrozumiałej informacji na temat zakresu oferowanych usług, w tym ich kategorii, co również znalazło swój wyraz w unormowaniach prawnych, m.in. ustawie o cenach, powołanym rozporządzeniu w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług

¹ Por. Wielki słownik wyrazów obcych PWN, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2003, s.1095

oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży oraz ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Informacja niepełna, jak też i braki w informacji, naruszają gwarancję bezpieczeństwa ekonomicznego konsumenta, który zdany jest na uznaniową, opartą na niejasnych przesłankach postawę profesjonalisty (przedsiębiorcy). Nieprawdziwa informacja co do charakteru opłaty za rezerwację, która w istocie nie jest opłatą za obietnicę spełnienia zamówienia, ale za wystawienie biletu, jest informacją wprowadzającą konsumenta w błąd, a przez to jest sprzeczna z art. 10 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji poprzez mylące oznaczenie usługi i – jednocześnie - naruszającą dobre obyczaje. W ocenie organu antymonopolowego okoliczności te przesądzają o uznaniu działań skarżonego przedsiębiorcy – w powyżej analizowanym zakresie – za bezprawne.

W przedmiotowej sprawie skarżony przedsiębiorca dopuścił się nie tylko stosowania wobec konsumentów - w obu analizowanych wyżej aspektach - bezprawnych działań, ale poprzez taki sposób zachowań rynkowych godził także w interesy konsumentów, naruszając ich prawa², tj.:

- ✓ prawo do pełnej, rzetelnej i wyczerpującej informacji - cenniki opłat za przewozy promowe nie zawierały pozycji „opłaty rezerwacyjnej”, której wysokości ani obowiązku uiszczenia konsument nie znał, zapoznając się wcześniej z ofertą cenową przedsiębiorcy. W momencie zakupu biletu konsumenci byli wprowadzani w błąd co do charakteru opłaty, gdyż *de facto* dotyczyła ona nie rezerwacji, ale „rekompensaty za wydawanie biletów wystawianych ręcznie”.
- ✓ prawa do ochrony interesów ekonomicznych - bowiem konsumenci zmuszani byli do opłacania usługi, której w rezultacie nie otrzymywali; ponadto konsumenci, którzy kupowali bilet w Polsce znajdowali się w daleko mniej korzystnej sytuacji od tych którzy nabywali bilet w krajach skandynawskich, gdyż na ich terenie nie pobierano kwestionowanych opłat.

W ocenie organu antymonopolowego, mając na uwadze powyżej poczynione rozważania, uznać należy, że działania P. polegające na:

- 1) pobieraniu od konsumentów w latach 1995-2005 tzw. „opłaty rezerwacyjnej” przy zakupie biletu na rejsy wykonywane promami P. w wysokości (...) zł, która nie była ujęta w cennikach usług,
- 2) oznaczeniu usługi związanej z wykonywaniem promowych przewozów pasażerskich w sposób wprowadzający konsumentów w błąd co do charakteru „opłaty rezerwacyjnej” nie związanej z rezerwacją biletu, lecz dotyczącej rekompensaty za wydawanie biletów wystawianych ręcznie,

stoją w sprzeczności z obowiązującym prawem, przy czym każde z tych działań, rozpatrywana odrębnie, jest bezprawne i godzi w interesy konsumentów.

W tym stanie rzeczy uznać należy, że wszystkie, wymienione wyżej ustawowe przesłanki art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zostały spełnione, a obie zarzucane P. praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów udowodnione.

Zgodnie z art. 23e ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu – mimo że przedsiębiorca z dniem 15 marca 2005r. zaniechał stosowania zarzuca-

² Por. Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, Ustawodawstwo konsumenckie Unii Europejskiej, , Urząd Antymonopolowy, Warszawa 1996, s. 19

nych praktyk – wydaje decyzję o uznaniu praktyk za naruszające zbiorowe interesy konsumentów i stwierdza zaniechanie ich stosowania.

Z uwagi na fakt, iż obowiązki przedsiębiorcy wynikające z treści decyzji muszą być realizowane w przyszłości, od dnia uprawomocnienia się decyzji, decyzja jest jednocześnie gwarancją, że przedsiębiorca będzie związany jej ustaleniami także w przyszłości.

Mając to na uwadze orzeczono jak sentencji.

Pouczenie:

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 122, poz. 1319 ze zmianami) w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku.

Podpisał:
z upoważnienia Prezesa UOKiK
Dyrektor Delegatury UOKiK w Gdańsku
Roman Jarząbek

Otrzymuje:

- 1) P. w K.
- 2) a/a