



**PREZES**  
**URZĘDU OCHRONY**  
**KONKURENCJI I KONSUMENTÓW**  
*TOMASZ CHRÓSTNY*

RWR.610.3.2023.KŚ

Wrocław, 15 listopada 2023 r.

**DECYZJA Nr RWR 9/2023**

- I. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,**

**po uprawdopodobnieniu stosowania przez eBilet Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegającej na prezentowaniu w serwisie [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl), minimalnych cen sprzedaży biletów, które nie uwzględniają obowiązkowych opłat dodatkowych, co może wprowadzać konsumentów w błąd co do rzeczywistej ceny biletów i tym samym stanowić praktykę, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 5, w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845) oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów**

**oraz po złożeniu przez eBilet Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie zobowiązania do podjęcia następujących działań zmierzających do zaniechania stosowania zarzucanej praktyki i usunięcia skutków naruszeń zbiorowych interesów konsumentów:**

1. wprowadzenia zmian w sposobie informowania konsumentów o minimalnej cenie sprzedaży biletów (komunikowanej jako „cena od...”), zamieszczanej:

a) na stronie internetowej eBilet [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl) (dalej: Serwis), służącej do sprzedaży przez Spółkę biletów na imprezy i wydarzenia, oraz

b) w zlecanych przez Spółkę przekazach marketingowych,

w taki sposób, że informacja o minimalnej cenie sprzedaży biletu będzie zawierać opłatę serwisową oraz inne obowiązkowe opłaty, w przypadku ich wprowadzenia (cena minimalna będzie równa cenie najtańszego biletu na dane wydarzenie lub imprezę powiększoną o obowiązkowe opłaty dodatkowe).

W przypadku zmiany adresu Serwisu, niniejsze zobowiązanie będzie miało zastosowanie do każdej kolejnej strony internetowej Spółki.



2. zmiany sposobu informowania konsumentów o opłacie serwisowej w Serwisie w taki sposób, że informacja o opłacie serwisowej i jej wysokości pojawiać się będzie na etapie wyboru biletu, przed dodaniem biletu (biletów) do koszyka.

W przypadku zmiany adresu Serwisu, niniejsze zobowiązanie będzie miało zastosowanie do każdej kolejnej strony internetowej Spółki.

Spółka wdroży rozwiązania opisane w pkt. I.1, I.2 w terminie 1 (jednego) miesiąca od uprawomocnienia się decyzji.

3.

- 1) przyznania zwrotu pobranej opłaty serwisowej tym konsumentom, którzy:

- a) od 1.03.2021 r. do daty wdrożenia przez Spółkę rozwiązań deklarowanych w pkt. I.1 i I.2 rozstrzygnięcia złożyli reklamacje lub inne pisma do eBilet w związku z naliczeniem im opłaty serwisowej, a których reklamacje lub pisma nie zostały rozpatrzone lub uznane (nie otrzymali zwrotu opłaty serwisowej), albo
- b) zakupili od Spółki bilety nie wcześniej niż 2 (dwa) tygodnie przed datą wdrożenia przez Spółkę rozwiązań deklarowanych w pkt. I.1 i I.2 i złożyli reklamacje lub inne pisma dotyczące opłaty serwisowej nie później niż 2 (dwa) tygodnie po tej dacie.

Zwrot będzie dokonany na następujących zasadach:

- a) zwrot będzie obejmował całość kwoty opłaty serwisowej pobranej przy sprzedaży biletu (biletów), których dotyczy reklamacja lub inne pismo;
  - b) zwrot będzie dokonany:
    - i. automatycznie na numer konta konsumenta, z którego uiszczona została płatność za bilety w terminie 1 (jednego) miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji, albo
    - ii. jeśli eBilet nie posiada informacji o numerze konta bankowego konsumenta, zwrot zostanie dokonany w terminie 30 (trzydziestu) dni od daty przekazania przez konsumenta numeru bankowego w odpowiedzi na wiadomość, o której mowa w pkt I.3.2).b) poniżej; konsument będzie zobowiązany przekazać numer konta w terminie 2 (dwóch) miesięcy od daty otrzymania od eBilet wiadomości, o której mowa w pkt I.3.2).b) poniżej.
- 2) poinformowania, w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu, tych konsumentów, którzy są uprawnieni do zwrotu - zgodnie z pkt I.3.1) powyżej, o jego przyznaniu, w następujący sposób:
    - a) konsumentów, których numer konta bankowego jest znany eBilet, poprzez wysłanie wiadomości e-mail na adres podany przy składaniu zamówienia w Serwisie o treści:  
*„Dzień dobry, na podstawie wydanej decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr RWR 9/2023, przysługuje Ci zwrot w wysokości pobranej opłaty serwisowej w związku z reklamacją lub innym pismem dotyczącym opłaty serwisowej. Szczegóły dotyczące wydanej decyzji dostępne są na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl). Zwrot zostanie dokonany automatycznie w terminie do [tu będzie podana data miesiąc po uprawomocnieniu się decyzji] - nie musisz nic robić, aby otrzymać zwrot. Pozdrawiamy, zespół eBilet”.*

b) w przypadku braku posiadania przez Spółkę informacji o numerze konta, Spółka wyśle takiemu konsumentowi wiadomość e-mail na adres podany przy składaniu zamówienia w Serwisie o treści:

*„Dzień dobry, na podstawie wydanej decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr RWR 9/2023, przysługuje Ci zwrot w wysokości pobranej opłaty serwisowej w związku z reklamacją lub innym pismem dotyczącym opłaty serwisowej. Szczegóły dotyczące wydanej decyzji dostępne są na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl). Aby otrzymać zwrot, prosimy o podanie numeru konta bankowego do zwrotu w odpowiedzi na tę wiadomość. **Informację zwrotną musisz przekazać w terminie 2 (dwóch) miesięcy od otrzymania wiadomości.** Zwrot nastąpi w terminie 30 (trzydziestu) dni od dnia przesłania nam numeru konta. Pozdrawiamy, zespół eBilet”.*

4. opublikowania, na koszt eBilet sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, na głównej stronie internetowej Spółki (mieszczącej się w dacie wydania decyzji pod adresem [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl)), w tym w wersji mobilnej, w terminie 14 (czternastu) dni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu komunikatu o następującej treści:

*„Decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr RWR 9/2023 z dnia 15.11.2023 r. Dowiedz się więcej” (dalej: Oświadczenie nr 1).*

Oświadczenie nr 1 będzie odsyłać do podstrony zawierającej następujące oświadczenie (dalej: Oświadczenie nr 2):

*„Drodzy Klienci,*

*Informujemy, że w dniu 15.11.2023 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydał decyzję nr RWR 9/2023, w której uprawdopodobniono stosowanie przez eBilet praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na prezentowaniu w serwisie [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl) minimalnych cen sprzedaży biletów, które nie uwzględniają obowiązkowych opłat dodatkowych. W wydanej decyzji Spółka zobowiązała się m.in. do:*

- wdrożenia rozwiązań, mających na celu lepsze uwidocznienie opłaty serwisowej,*
- zwrotu pobranej opłaty serwisowej tym konsumentom, którzy od 1.03.2021 r. do daty zmiany sposobu informowania o opłacie serwisowej złożyli reklamacje lub inne pisma dotyczące opłaty serwisowej, które nie zostały rozpatrzone lub uznane albo zakupili od Spółki bilety nie wcześniej niż 2 (dwa) tygodnie przed datą zmiany sposobu informowania o opłacie serwisowej i złożyli reklamacje lub inne pisma dotyczące opłaty serwisowej nie później niż 2 (dwa) tygodnie po tej dacie,*
- publikacji niniejszego oświadczenia.*

*Zwrot zostanie przyznany automatycznie - nie musisz nic robić. Jeśli nie mamy numeru rachunku bankowego do dokonania zwrotu, skontaktujemy się z Tobą.*

*Szczegóły dotyczące wydanej decyzji dostępne są na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl). Informujemy, że decyzja Prezesa UOKiK, o której mowa w niniejszym komunikacie jest prawomocna”.*

Oświadczenia zostaną opublikowane w następujący sposób:

- a) Oświadczenie nr 1 będzie zamieszczone w górnej części strony głównej [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl), nad belką umożliwiającą wyszukiwanie, bez możliwości zamknięcia;
  - b) zastosowana dla Oświadczenia nr 1 czcionka będzie ciemna i będzie odpowiadać wielkości czcionki używanej na stronie internetowej [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl) w nagłówkach;
  - c) Oświadczenie nr 1 zostanie sformułowane ciemną czcionką na jasnym tle (kolor crayola), fragment „Dowiedz się więcej” będzie pogrubiony i będzie mieć formę hipertącza (linku) przekierowującego do dedykowanej podstrony internetowej Spółki, na której zostanie zamieszczone Oświadczenie nr 2;
  - d) tekst Oświadczenia nr 2 zostanie wyjustowany;
  - e) Oświadczenie nr 2 zostanie sformułowane ciemną czcionką na jasnym tle;
  - f) fragment Oświadczenia nr 2 o treści „decyzję nr RWR 9/2023” zostanie zamieszczony w formie hipertącza prowadzącego do podstrony internetowej w domenie [uokik.gov.pl](http://uokik.gov.pl) z wyszukiwarką decyzji Prezesa UOKiK (na moment wydania decyzji: [https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec\\_prez.nsf](https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf));
  - g) w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem danego przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw przedsiębiorcy dawnej i nowej;
  - h) w przypadku zmiany adresu strony internetowej, niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do strony internetowej funkcjonującej w czasie zamieszczenia przedmiotowego oświadczenia na stronie internetowej eBilet;
  - i) przedmiotowe oświadczenia będą dostępne na stronie internetowej eBilet sp. z o.o. przez okres 2 (dwóch) miesięcy od daty ich zamieszczenia na stronie internetowej Spółki tj. w terminie 2 (dwóch) tygodni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu.
5. publikacji, na koszt eBilet, w mediach społecznościowych Spółki (Facebook, Instagram), w terminie 14 (czternastu) dni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu, komunikatu o następującej treści (dalej: Komunikat):

*„Drodzy Klienci,*

*Informujemy, że w dniu 15.11.2023 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydał decyzję nr RWR 9/2023, w której uprawdopodobniono stosowanie przez eBilet praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na prezentowaniu w serwisie [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl) minimalnych cen sprzedaży biletów, które nie uwzględniają obligatoryjnych opłat dodatkowych. W wydanej decyzji Spółka zobowiązała się m.in. do:*

- wdrożenia rozwiązań, mających na celu lepsze uwidocznienie opłaty serwisowej,*
- zwrotu pobranej opłaty serwisowej tym konsumentom, którzy od 1.03.2021 r. do daty zmiany sposobu informowania o opłacie serwisowej złożyli reklamacje*

*lub inne pisma dotyczące opłaty serwisowej, które nie zostały rozpatrzone lub uznane albo zakupili od Spółki bilety nie wcześniej niż 2 (dwa) tygodnie przed datą zmiany sposobu informowania o opłacie serwisowej i złożyli reklamacje lub inne pisma dotyczące opłaty serwisowej nie później niż 2 (dwa) tygodnie po tej dacie,*

- publikacji niniejszego oświadczenia.

*Zwrot zostanie przyznany automatycznie - nie musisz nic robić. Jeśli nie mamy rachunku do zwrotu, skontaktujemy się z Tobą.*

*Szczegóły dotyczące wydanej decyzji dostępne są na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl). Informujemy, że decyzja Prezesa UOKiK, o której mowa w niniejszym komunikacie jest prawomocna.*

*#UOKiK, #decyzjaUOKiK*

Komunikat będzie opublikowany w następujący sposób:

- a) Komunikat będzie zamieszczony jako post na prowadzonych przez eBilet platformach Facebook i Instagram;
- b) Komunikat zostanie zamieszczony na profilach Spółki w serwisach Instagram oraz Facebook, w sposób umożliwiający stałe zapoznanie się użytkownika z jego treścią, tj. tak by tekst komunikatu został umieszczony na tablicy (osi czasu) tego profilu jako najbardziej aktualna informacja (post) wyświetlona przez użytkownika ww. serwisu (komunikat powinien zostać przypięty);
- c) Komunikat zostanie zamieszczony tak, by był dostępny dla wszystkich użytkowników serwisu Facebook i Instagram, tj. by w ustawieniach prywatności miał status „publiczny”;
- d) Komunikat zostanie sformułowany zgodnie z przyjętą strategią komunikacyjną w zakresie marki eBilet, tj. post o decyzji Prezesa Urzędu będzie opublikowany na tych samych zasadach jak wszystkie inne z użyciem takiej samej czcionki i wizualizacji jak w przypadku innych postów i wiadomości;
- e) Komunikat zostanie opublikowany w tym samym czasie, w którym oświadczenia wskazane w pkt I.4 powyżej (w tym samym dniu);
- f) w przypadku zmiany profilu Spółki do czasu zakończenia realizacji obowiązku, komunikat zostanie opublikowany na innym polskojęzycznym profilu w serwisie Facebook oraz Instagram prowadzonym przez eBilet sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. W przypadku zmiany nazwy Spółki, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Spółki lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej;
- g) Komunikat będzie dostępny na platformach Facebook oraz Instagram przez okres 2 (dwóch) miesięcy od daty jego publikacji tj. w terminie 14 (czternastu) dni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu.

**zobowiązuje eBilet Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie do wykonania zobowiązań wskazanych w pkt I.1-I.6 powyżej.**

- II. Na podstawie art. 28 ust. 3 w związku z art. 28 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.), Prezes Urzędu nakłada na eBilet Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, obowiązek złożenia informacji o realizacji zobowiązań, o których mowa w pkt I.1-6 rozstrzygnięcia decyzji, poprzez przekazanie:
- 1) w terminie 4 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji - wydruków strony głównej domeny [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl) (z widoczną datą ich sporządzenia), na której zamieszczono oświadczenie wraz z informacją o okresie utrzymywania na wskazanej stronie internetowej oświadczenia oraz hiperłączy odsyłających do treści decyzji - stosownie do zobowiązania nałożonego w pkt I.3 rozstrzygnięcia decyzji.
  - 2) w terminie 4 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji - wydruków z kont Spółki na portalach społecznościowych: Facebook oraz Instagram (z widoczną datą ich sporządzenia), na których zamieszczono oświadczenie wraz z informacją o okresie utrzymywania na wskazanych stronach internetowych oświadczeń oraz hiperłączy odsyłających do treści decyzji - stosownie do zobowiązania nałożonego w pkt I.4 rozstrzygnięcia decyzji.
  - 3) w terminie 4 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji:
    - a. informacji o liczbie konsumentów:
      - którzy od 1.03.2021 r. do daty zmiany sposobu informowania o opłacie serwisowej złożyli reklamacje lub inne pisma dotyczące opłaty serwisowej, które nie zostały rozpatrzone lub uznane albo zakupili od Spółki bilety nie wcześniej niż 2 (dwa) tygodnie przed datą zmiany sposobu informowania o opłacie serwisowej i złożyli reklamacje lub inne pisma dotyczące opłaty serwisowej nie później niż 2 (dwa) tygodnie po tej dacie, a ich reklamacja lub inne pismo:
        - została rozpatrzona pozytywnie i otrzymali przysporzenie,
        - została rozpatrzona negatywnie,
    - b. wysokości kwoty, jaką Spółka wypłaciła konsumentom w związku z jej zobowiązaniami, o których mowa w pkt I.3 sentencji niniejszej decyzji według informacji posiadanych przez nią na dzień poprzedzający dzień sporządzenia odpowiedzi na niniejszy punkt sprawozdania;
  - 4) w terminie 6 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji - informacji o orientacyjnej wysokości kosztów poniesionych przez eBilet w związku z wykonaniem zobowiązania, o którym mowa w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji, z podziałem na koszty poniesione w związku ze zwrotem konsumentom kwot opłat serwisowych oraz koszty wynikające z obsługi procesu wykonania zobowiązania. Należy wskazać główne rodzaje kosztów związanych z obsługą ww. procesu i ich orientacyjny udział w ogólnym koszcie obsługi procesu (np. opracowanie systemu IT, przygotowanie procedur, koszty osobowe itp.).
  - 5) w terminie 6 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji - informacji, czy eBilet otrzymał jakiegokolwiek reklamacje konsumentów dotyczące wykonania zobowiązania, o którym mowa w pkt I sentencji niniejszej decyzji. Jeśli tak, to należy wskazać ich liczbę oraz główne kategorie zgłaszanych problemów, a także sposób ich rozpatrzenia (pozytywnie/częściowo pozytywnie/negatywnie). Spółka przekaże także w wersji elektronicznej 5 przykładowych reklamacji dotyczących pobranej opłaty serwisowej,

które potwierdzają wykonanie zobowiązania, o którym mowa w pkt I sentencji niniejszej decyzji wraz z odpowiedziami Spółki na te reklamacje.

## UZASADNIENIE

(1) Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: Prezes Urzędu, Prezes UOKiK) otrzymywał sygnały konsumenckie informujące o możliwych nieprawidłowościach związanych ze sposobem prezentowania przez eBilet Polska sp. z o.o. (dalej: eBilet, Spółka, Przedsiębiorca) cen biletów na imprezy/wydarzenia kulturalno-rozrywkowe, oferowane w sklepie internetowym Spółki pod adresem <https://sklep.ebilet.pl/>.

(2) Wobec powyższego, na podstawie art. 49a ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023 r. poz. 1689 ze zm.; dalej: ustawa okik), pismem z dnia 14 września 2022 r. (sygn. RWR.641.5.2022.KŚ), Prezes Urzędu wystąpił do Spółki wskazując, że sposób informowania o cenie biletu może wprowadzać konsumentów w błąd.

(3) Informacje przekazane przez Spółkę oraz treść sygnałów konsumenckich dały podstawę do wszczęcia postępowania w sprawie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, o treści wskazanej w pkt I rozstrzygnięcia decyzji.

(4) Pismem z dnia 8 sierpnia 2023 r. Prezes UOKiK zawiadomił Spółkę o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz wyznaczył termin na zapoznanie się z aktami niniejszej sprawy. Z powyższego uprawnienia eBilet nie skorzystał.

Dowód: *pismo Spółki z 10 sierpnia 2023 r., k. 217.*

**Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:**

### **Status Przedsiębiorcy i charakterystyka prawna jego działalności**

(5) eBilet prowadzi działalność gospodarczą w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego (dalej: KRS) pod nr 496514. W przeważającym zakresie prowadzi działalność gospodarczą, sklasyfikowaną pod nr PKD 79, 90, C, tj. działalność usługową w zakresie rezerwacji, gdzie indziej niesklasyfikowaną.

Dowód: *odpis z KRS - karty nr 204, 205.*

(6) eBilet prowadzi we własnym imieniu sprzedaż i dystrybucję biletów wstępu na imprezy/wydarzenia, na podstawie umów z przedsiębiorcami, prowadzącymi działalność związaną z organizacją tych imprez/wydarzeń. Sprzedaż biletów odbywa się stacjonarnie (poprzez wyznaczone punkty sprzedaży) lub za pośrednictwem strony internetowej [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl), poprzez którą zainteresowane osoby mogą kupić bilety na konkretne imprezy/wydarzenia, usystematyzowane w następujących kategoriach (wskazanych w zakładkach na menu strony głównej): Koncerty, Teatr, Klasyka, Widowisko, Kino, Dla dzieci, Sport oraz Targi i Wystawy.

(7) Zasady zakupu biletów za pośrednictwem strony [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl) przez konsumentów, na dzień wydania decyzji są uregulowane w dokumencie pn. „Regulamin zakupu w systemie dystrybucji biletów eBilet obowiązujący od dnia 21 lipca 2023 r.” (dalej: Regulamin). Analiza wcześniejszych, stosowanych przez Spółkę w toku prowadzonego postępowania regulaminów, wykazała, że brzmienie przywołanych poniżej zapisów, nie uległo zmianie.

(8) Zgodnie z pkt 1 Regulaminu, „*ma on zastosowanie do sprzedaży biletów oraz produktów w systemie eBilet, z zastrzeżeniem, że regulaminy organizatorów poszczególnych wydarzeń artystycznych (w tym spektakli, koncertów oraz innych wydarzeń) bądź bezpośrednich sprzedawców mogą nakładać na nabywców dodatkowe obowiązki niewymienione w niniejszym Regulaminie. Każdy Klient najpóźniej w chwili wyrażenia woli związania się z eBilet umową na odległość ma możliwość zapoznania się i akceptacji niniejszego Regulaminu oraz jest informowany o przysługujących mu prawach i obowiązkach*”.

Dowód: Regulamin k. 161.

(9) Zgodnie z pkt 3.2 Regulaminu „*do ceny biletów na poszczególne wydarzenia mogą być doliczone opłaty dodatkowe (w szczególności opłata serwisowa wyrażająca się w odpowiednim procencie całkowitej ceny zakupu biletu na wydarzenie lub opłaty wprowadzone przez Organizatora wydarzenia). O wysokości opłat dodatkowych oraz całkowitej cenie zakupu Klient zostanie poinformowany przed umożliwieniem mu dokonania zakupu biletu na wydarzenie*”.

Dowód: Regulamin k. 163, 164.

(10) Jedyną obowiązkową i stosowaną aktualnie opłatą jest opłata serwisowa. Występują także opłaty dodatkowe za dostawę i za ubezpieczenie, które są fakultatywne (tj. są naliczane jedynie, gdy klient wybierze w tym zakresie płatną opcję).

(11) Opłata serwisowa stanowi wynagrodzenie eBilet, związane z organizowaniem sprzedaży biletów. [Informacja prawnie chroniona].

(12) Spółka wskazała, że z uwagi na fakt, że wysokość opłaty serwisowej uzależniona jest od liczby i wartości biletów w zamówieniu, najwcześniejszy moment informowania o wysokości opłaty serwisowej to etap po dodaniu biletów do koszyka zakupowego (tj. moment, w którym klient wybierze konkretne bilety o konkretnej wartości, zależnej w niektórych wypadkach od np. wybranego miejsca na widowni). [Informacja prawnie chroniona].

Dowód: Pismo Spółki z 5 kwietnia 2023 r. k. 73, 74.

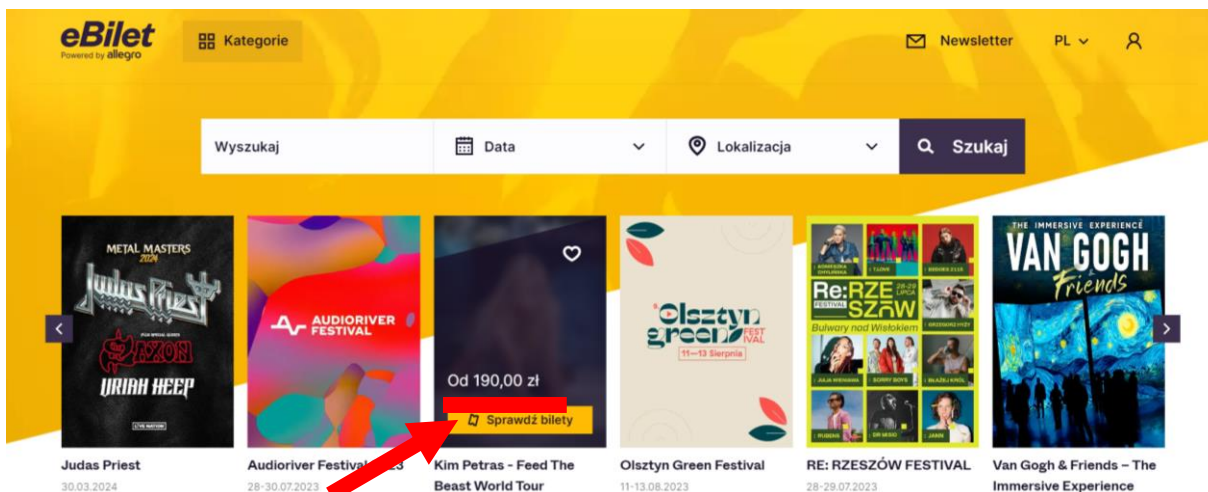
(13) Ścieżka zakupowa<sup>1</sup> na stronie [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl) wygląda następująco:

1) **Krok 1 - Strona główna:** Kupujący wchodzi na stronę eBilet i może wyszukać interesujące go wydarzenie. Na tym etapie, w przypadku części ofert wyświetlanych na stronie głównej, konsument otrzymuje informację na temat minimalnej ceny, za którą możliwy jest zakup biletu, np. „od 190,00 zł”. (vide: czerwone podkreślenie na zrzucie z ekranu nr 1 - poniżej) po najechaniu na dane wydarzenie. W pozostałych przypadkach po najechaniu na wydarzenie pojawia się tylko przycisk „Sprawdź cenę”. Minimalna cena to najniższa cena, za jaką bilety są dostępne do sprzedaży w serwisie eBilet. są - różnicowane w szczególności w zależności od rodzaju wybranego miejsca na widowni. Miejsca te mogą być podzielone na różne kategorie, takie jak trybuny, płyta, łoże czy sektory VIP. Zwykle, im bliżej sceny znajduje się miejsce, tym jest ono droższe. W przypadku pozostałych, prezentowanych na stronie głównej ofert, po najechaniu kursorem na kafelek wydarzenia, wyświetlana jest informacja „Sprawdź bilety”.

---

<sup>1</sup> Ścieżka zakupowa (ang. purchase path) to proces, przez który przechodzi konsument, zanim dokona zakupu danego produktu lub usługi. Ścieżka zakupowa może się składać z różnych etapów.

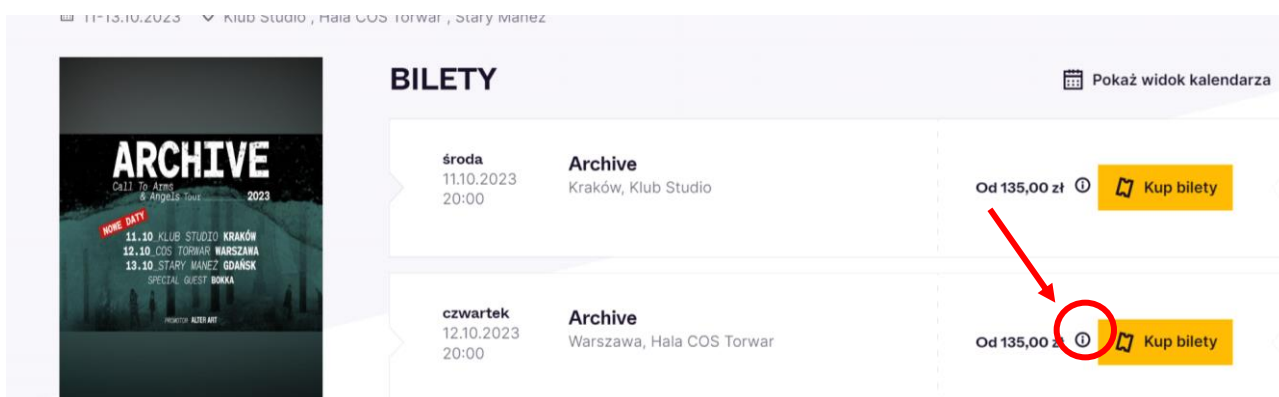




Źródło: zrzut z ekranu nr 1 <https://ebilet.pl/>, [dostęp: 6.07.2023 r.]

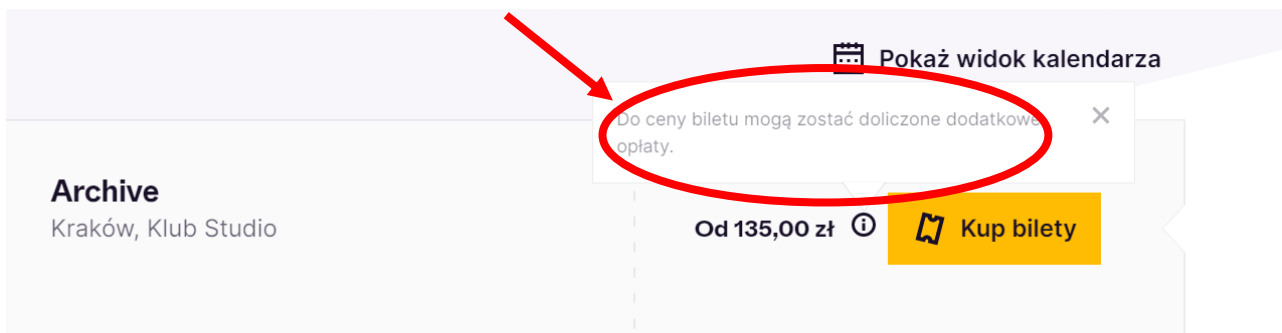
Dowód: wydruk zrzutu z ekranu ze strony Spółki nr 1 <https://ebilet.pl/>, dostęp: 6.07.2023 r., k. 154.

2) **Krok 2 - Strona wydarzenia:** Na tym etapie, tj. wyboru biletu, cena podawana jest w następujący sposób: „od (kwota)”. Konsumentowi prezentowana jest informacja w *tooltipie*<sup>2</sup> (szary symbol w postaci litery „i” w kółku) o możliwości wystąpienia opłaty dodatkowej (komunikat „Do ceny biletu mogą zostać doliczone dodatkowe opłaty”). Informacja jest widoczna w bezpośrednim sąsiedztwie ceny biletu, po naciśnięciu kursorem na symbol informacji (vide: czerwone strzałki na zrzutach z ekranu nr 2 i 3 - poniżej).



Źródło: zrzut z ekranu nr 2 <https://www.ebilet.pl/muzyka/rock/archive>, [dostęp: 6.07.2023 r.]

<sup>2</sup> Tooltip, zwany także podpowiedzią lub etykietą, to małe okienko z tekstem, które pojawia się na ekranie po najechaniu kursorem na dany element interfejsu użytkownika, taki jak przycisk, pole tekstowe lub ikona. Tooltips są często używane jako narzędzie pomocy dla użytkowników, które pozwalają na szybkie zapoznanie się z działaniem danego elementu lub jego przeznaczeniem bez konieczności otwierania dodatkowych okien czy stron. Tooltips mogą zawierać krótki opis, instrukcję obsługi lub inne informacje dotyczące elementu, na który zostały umieszczone.

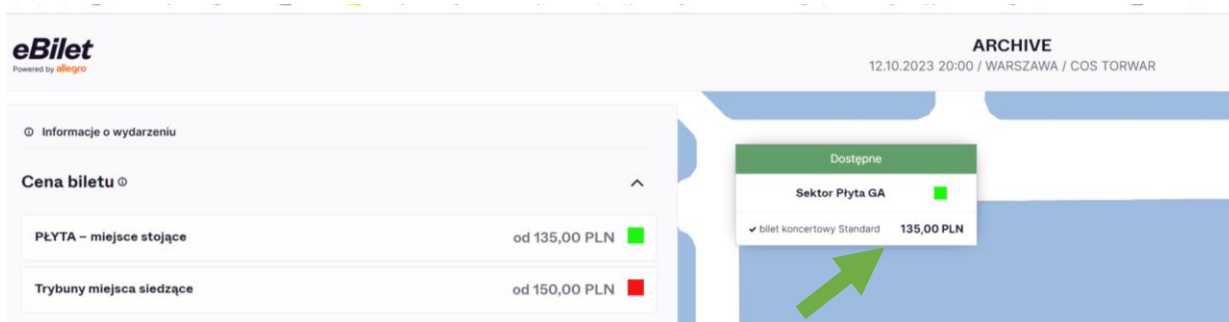


Źródło: zrzut z ekranu nr 3 [https:// ebilet.pl/muzyka/rock/archive](https://ebilet.pl/muzyka/rock/archive), [dostęp: 6.07.2023 r.]

Dowód: wydruk zrzutu z ekranu nr 2 <https://ebilet.pl/muzyka/rock/archive>, dostęp: 6.07.2023 r., k. 155.

wydruk zrzutu z ekranu nr 3 <https:// ebilet.pl/muzyka/rock/archive>, dostęp: 6.07.2023 r., k. 155.

3) **Krok 3 - Wybór rodzaju biletu:** Konsument, dokonuje wyboru kategorii, rodzaju biletów oraz zaznacza miejsca na planie sali, w której odbywa się wybrane wydarzenie (w przypadku wydarzeń, dla których dostępne są miejsca numerowane) lub wybiera liczbę miejsc/pakietów nienumerowanych (w przypadku wydarzeń, dla których dostępne są miejsca nienumerowane). Podczas wyboru miejsca, kupujący otrzymuje informacje na temat minimalnej ceny, za którą możliwy jest zakup biletu, np. „od 135 PLN”. Informacja o cenie biletu jest widoczna także w *tooltipie*, po najechaniu kursorem na wybrane miejsce na planie sali (vide: odpowiednio - zielona strzałka na zrzucie z ekranu nr 4). Po wyborze miejsca, pojawia się okno pop-up<sup>3</sup> z widoczną ceną biletu oraz adnotacją informującą, że do ceny biletu mogą zostać doliczone opłaty dodatkowe (vide: zrzut z ekranu nr 5). Po wyborze opcji „rezerwuj”, w dolnej części ekranu, pojawia się okno z „podsumowaniem” wybranych biletów i możliwością wyboru komponentu „kup bilet/bilety” (vide: zrzut z ekranu nr 6). Na tym etapie, konsument jest informowany o ostatecznej cenie biletu wynikającej ze zsumowania kwoty prezentowanej jako cena biletu i kwoty opłaty serwisowej.



Źródło: zrzut z ekranu nr 4: <https://sklep.ebilet.pl/1125899906843235>, [dostęp: 6.07.2023 r.]

<sup>3</sup> Okno pop-up - na stronie internetowej to małe, dodatkowe okno, które zazwyczaj pojawia się na wierzchu innych treści lub elementów strony, zasłaniając część lub całą zawartość witryny. Jest to często używane do wyświetlania dodatkowych informacji, reklam, formularzy lub innych komunikatów dla użytkownika.

Parter (miejsce stojące)	nienumerowane
--------------------------	---------------

**bilet koncertowy Standard**  
135,00 PLN

Liczba biletów:

Do ceny biletu mogą zostać doliczone dodatkowe opłaty

Anuluj **Rezerwuj (1)**

Źródło: zrzut z ekranu nr 5: <https://sklep.ebilet.pl/1125899906843235>, [dostęp: 6.07.2023 r.]

**1 bilet / 1 miejsce** Zwiń

**ARCHIVE**  
11.10.2023 20:00 / KRAKÓW / KLUB STUDIO

×	bilet koncertowy Standard	Sektor Parter (miejsce stojące)	Miejsce nienumerowane	135,00 PLN
Opłata serwisowa				6,75 PLN

02:26
 KUP 1 bilet
141,75 PLN

Źródło: zrzut z ekranu nr 6: <https://sklep.ebilet.pl/1125899906843235>, [dostęp: 6.07.2023 r.]

Dowód: wydruk zrzutu z ekranu nr 5: <https://sklep.ebilet.pl/1125899906843235>, dostęp: 6.07.2023 r., k. 155.

wydruk zrzutu z ekranu nr 6 zrzut z ekranu nr 6:

<https://sklep.ebilet.pl/1125899906843235>, dostęp: 6.07.2023 r., k. 155.

wydruk zrzutu zrzut z ekranu nr 7: <https://sklep.ebilet.pl/1125899906843235>, dostęp: 6.07.2023 r., k. 156.

**4) Krok 4 - Formularz z danymi osobowymi, wybór formy dostawy i płatności:** Po wyborze (w kroku 3) komponentu „Dalej”, konsument - o ile jest użytkownikiem załogowanym w serwisie eBilet - zostaje odesłany do formularza z danymi osobowymi takimi jak: e-mail, imię, nazwisko oraz numer telefonu. W przypadku użytkownika niezalogowanego, po wyborze komponentu „Dalej”, konsument przechodzi do strony logowania, na której może wybrać opcje: „Zaloguj przez Facebooka, Google, Allegro”, „Zarejestruj się”, „ZALOGUJ”, podając adres e-mail oraz hasło (opcja dla zarejestrowanych użytkowników serwisu e-Bilet) lub wybrać komponent „Kup bez logowania”. W przypadku użytkowników niezalogowanych, po wyborze komponentu „Kup bez logowania” - strona przekierowuje konsumenta do formularza, który należy uzupełnić podając dane osobowe, analogicznymi jak w przypadku użytkowników załogowanych, tj.: e-mail, imię, nazwisko oraz numer telefonu. Następnie konsument wybiera opcję dostawy zamówienia spośród wariantów udostępnionych przez eBilet. W przypadku wyboru odpłatnej opcji dostawy, cena ulega powiększeniu odpowiednio o koszty dostawy. Na kolejnych stronach konsument wybiera formę płatności oraz decyduje o ewentualnym ubezpieczeniu biletu.

**5) Krok 5 - Koszyk:** Po dodaniu do koszyka zamówionych biletów/produktów, w podsumowaniu zamówienia, klientowi prezentowana jest ponownie wysokość opłaty

dotatkowej (w prezentowanym przykładzie - opłaty serwisowej) (vide: zrzut z ekranu nr 6).

**PODSUMOWANIE**

**BILETY** pokaż

Archive	135,00 PLN
Opłata serwisowa	6,75 PLN

**DANE KONTAKTOWE** zmień

**DOSTAWA** zmień

bilet domowy / home ticket	0,00 PLN
----------------------------	----------

**PŁATNOŚĆ** zmień

Opóźniona płatność - Twisto	141,75 PLN
-----------------------------	------------

**ZGODY**

Mają Państwo prawo do cofnięcia wyrażonej zgody w dowolnym momencie. Wycofanie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania Państwa danych, którego dokonano na podstawie udzielonej zgody przed jej cofnięciem. Zgoda jest niezależna od czasu w jakim Państwo korzystacie z usług, i obowiązuje do jej odwołania. Udzielenie zgód oznacza możliwość otrzymywania dostosowanych do Państwa potrzeb informacji marketingowych i ofert dotyczących produktów i świadczonych usług od eBilet Polska Sp. z o.o. i podmiotów trzecich na podany adres e-mail lub numer telefonu, jak również uprawnia do kontaktów telefonicznych.

**Zaznacz wszystkie**

Chcę otrzymywać od eBilet: kody rabatowe, oferty specjalne lub inne treści marketingowe, w tym dopasowane do mnie informacje o ofertach dostępnych w serwisie, za pośrednictwem komunikacji elektronicznej. W każdej chwili możesz wycofać udzieloną zgodę. **rozwiń**

Chcę otrzymywać od eBilet: kody rabatowe, oferty specjalne lub inne treści marketingowe, w tym dopasowane do mnie informacje o usługach i towarach podmiotów współpracujących z eBilet, które są dostępne w serwisie, za pośrednictwem komunikacji elektronicznej. W każdej chwili możesz wycofać udzieloną zgodę. **rozwiń**

\* Przeczytałem i akceptuję [regulamin](#) zakupu biletów i vouchera eBilet Polska Sp. z o.o. oraz regulaminy organizatorów znajdujące się na ich stronach www.

\* obowiązkowe

Źródło: zrzut z ekranu nr 7 <https://sklep.ebilet.pl/1125899906843235>, [dostęp: 6.07.2023 r.]

Dowód: wydruk zrzutu z ekranu nr 7 <https://sklep.ebilet.pl/1125899906843235>, dostęp: 6.07.2023 r., k. 156.

(14) W piśmie z 4 października 2022 r. Spółka wyjaśniła, że opłata serwisowa nie jest pobierana dla wszystkich wydarzeń, na które bilety oferowane są w serwisie eBilet. Dotyczy to np. odpłatnych biletów na imprezy charytatywne (np. wydarzenia „Razem z Ukrainą” w Atlas Arenie, „Dla Ukrainy” w Studio Buffo) i nieodpłatnych biletów na wydarzenia darmowej dystrybucji (np. VII Koncert niepodległości w Gdańsku, Wakacyjna Trasa Dwójki). Natomiast w piśmie z 5 kwietnia 2023 r. przedstawiła dane zamieszczone w poniższej tabeli, obrazującej stosunek liczby wydarzeń, przy których do ceny biletu doliczana jest opłata serwisowa do liczby wydarzeń, przy których ta opłata nie jest doliczana.

Dane na dzień:	Liczba wydarzeń, na które bilety Spółka oferuje w systemie dystrybucji eBilet	Liczba wydarzeń, przy których do ceny biletu doliczana jest opłata serwisowa	Liczba wydarzeń, przy których do ceny biletu doliczana jest opłata dodatkowa inna niż opłata serwisowa (oraz wskazanie rodzaju opłaty)	Liczba wydarzeń, przy których do ceny biletu nie jest doliczana żadna opłata dodatkowa
15 grudnia 2022 r.	[informacja prawnie chroniona]			
15 stycznia 2023 r.				
15 lutego 2023 r.				

Dowód: pismo Spółki z 4 października 2022 r., k. 40, pismo Spółki z 5 kwietnia 2023 r., k. 63.

(15) W toku postępowania Spółka wskazała, że w związku ze zmianą systemu obsługującego reklamacje, nie ma dostępu do reklamacji konsumentów złożonych przed 2021 r. Z tego powodu eBilet nie był w stanie przedstawić dokładnych danych dotyczących liczby otrzymanych reklamacji, odnoszących się do kwestii związanych z pobieraniem opłat dodatkowych. Jednakże selekcja treści reklamacji z lat 2021 -2022 po słowie-kluczu „opłata serwisowa”, ujawniła, że hasło to pojawia się w ok. [informacja prawnie chroniona] zgłoszeniach/zapytaniach.

(16) W toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów Spółka, pismem z 5 kwietnia 2023 r., złożyła wyjaśnienia dotyczące postawionego zarzutu oraz przedstawiła wniosek o wydanie w sprawie decyzji w trybie art. 28 ustawy okik, formułując wstępne założenia zobowiązania. Propozycja Spółki została następnie doprecyzowana. Ostateczna propozycja eBilet, złożona pismem z dnia 28 lipca 2023 r., objęła zobowiązanie do podjęcia działań eliminujących możliwość wystąpienia praktyki w przyszłości oraz zmierzających do usunięcia skutków praktyki, zgodnie z pkt I rozstrzygnięcia decyzji.

(17) W toku postępowania Spółka przedstawiła propozycję zobowiązania do podjęcia następujących działań, zmierzających do zaniechania stosowania zarzucanej praktyki i usunięcia skutków naruszeń zbiorowych interesów konsumentów (cyt.):

1. wprowadzenia zmian w sposobie informowania konsumentów o minimalnej cenie sprzedaży biletów (komunikowanej jako „cena od...”), zamieszczanej:

a) na stronie internetowej eBilet [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl) (dalej: Serwis), służącej do sprzedaży przez Spółkę biletów na imprezy i wydarzenia, oraz

b) w zlecanych przez Spółkę przekazach marketingowych,

w taki sposób, że informacja o minimalnej cenie sprzedaży biletu będzie zawierać opłatę serwisową oraz inne obligatoryjne opłaty, w przypadku ich wprowadzenia (cena minimalna będzie równa cenie najtańszego biletu na dane wydarzenie lub imprezę powiększoną o obligatoryjne opłaty dodatkowe).

W przypadku zmiany adresu Serwisu, niniejsze zobowiązanie będzie miało zastosowanie do każdej kolejnej strony internetowej Spółki.

2. zmiany sposobu informowania konsumentów o opłacie serwisowej w Serwisie w taki sposób, że informacja o opłacie serwisowej i jej wysokości pojawiać się będzie na etapie wyboru biletu, przed dodaniem biletu (biletów) do koszyka.

W przypadku zmiany adresu Serwisu, niniejsze zobowiązanie będzie miało zastosowanie do każdej kolejnej strony internetowej Spółki.

Spółka wdroży rozwiązania opisane w pkt. I.1, I.2 w terminie 1 (jednego) miesiąca od uprawomocnienia się decyzji.

3.

1) przyznania zwrotu pobranej opłaty serwisowej tym konsumentom, którzy:

a) od 1.03.2021 r. do daty wdrożenia przez Spółkę rozwiązań deklarowanych w pkt. I.1 i I.2 rozstrzygnięcia złożyli reklamacje lub inne pisma do eBilet w związku

z naliczeniem im opłaty serwisowej, a których reklamacje lub pisma nie zostały rozpatrzone lub uznane (nie otrzymali zwrotu opłaty serwisowej), albo

- b) zakupili od Spółki bilety nie wcześniej niż 2 (dwa) tygodnie przed datą wdrożenia przez Spółkę rozwiązań deklarowanych w pkt. 1.1 i 1.2 i złożyli reklamacje lub inne pisma dotyczące opłaty serwisowej nie później niż 2 (dwa) tygodnie po tej dacie.

Zwrot będzie dokonany na następujących zasadach:

- a) zwrot będzie obejmował całość kwoty opłaty serwisowej pobranej przy sprzedaży biletu (biletów), których dotyczy reklamacja lub inne pismo;
  - b) zwrot będzie dokonany:
    - i. automatycznie na numer konta konsumenta, z którego uiszczona została płatność za bilety w terminie 1 (jednego) miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji, albo
    - ii. jeśli eBilet nie posiada informacji o numerze konta bankowego konsumenta, zwrot zostanie dokonany w terminie 30 (trzydziestu) dni od daty przekazania przez konsumenta numeru bankowego w odpowiedzi na wiadomość, o której mowa w pkt 1.3.2).b) poniżej; konsument będzie zobowiązany przekazać numer konta w terminie 2 (dwóch) miesięcy od daty otrzymania od eBilet wiadomości, o której mowa w pkt 1.3.2).b) poniżej.
- 2) poinformowania, w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu, tych konsumentów, którzy są uprawnieni do zwrotu - zgodnie z pkt 1.3.1) powyżej, o jego przyznaniu, w następujący sposób:
- a) konsumentów, których numer konta bankowego jest znany eBilet, poprzez wysłanie wiadomości e-mail na adres podany przy składaniu zamówienia w Serwisie o treści:  
*„Dzień dobry, na podstawie wydanej decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr RWR 9/2023, przysługuje Ci zwrot w wysokości pobranej opłaty serwisowej w związku z reklamacją lub innym pismem dotyczącym opłaty serwisowej. Szczegóły dotyczące wydanej decyzji dostępne są na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl). Zwrot zostanie dokonany automatycznie w terminie do [tu będzie podana data miesiąc po uprawomocnieniu się decyzji] - nie musisz nic robić, aby otrzymać zwrot. Pozdrawiamy, zespół eBilet”.*
  - b) w przypadku braku posiadania przez Spółkę informacji o numerze konta, Spółka wyśle takiemu konsumentowi wiadomość e-mail na adres podany przy składaniu zamówienia w Serwisie o treści:  
*„Dzień dobry, na podstawie wydanej decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr RWR 9/2023, przysługuje Ci zwrot w wysokości pobranej opłaty serwisowej w związku z reklamacją lub innym pismem dotyczącym opłaty serwisowej. Szczegóły dotyczące wydanej decyzji dostępne są na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl). Aby otrzymać zwrot, prosimy o podanie numeru konta bankowego do zwrotu w odpowiedzi na tę wiadomość. **Informację zwrotną musisz przekazać w terminie 2 (dwóch) miesięcy od otrzymania wiadomości.** Zwrot nastąpi w terminie 30 (trzydziestu) dni od dnia przesłania nam numeru konta. Pozdrawiamy, zespół eBilet”.*

4. opublikowania, na koszt eBilet sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, na głównej stronie internetowej Spółki (mieszczącej się w dacie wydania decyzji pod adresem [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl)), w tym w wersji mobilnej, w terminie 14 (czternastu) dni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu komunikatu o następującej treści:

*„Decyzja Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr RWR 9/2023 z dnia 15.11.2023 r. Dowiedz się więcej” (dalej: Oświadczenie nr 1).*

Oświadczenie nr 1 będzie odsyłać do podstrony zawierającej następujące oświadczenie (dalej: Oświadczenie nr 2):

*„Drodzy Klienci,*

*Informujemy, że w dniu 15.11.2023 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydał decyzję nr RWR 9/2023, w której uprawdopodobniono stosowanie przez eBilet praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na prezentowaniu w serwisie [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl) minimalnych cen sprzedaży biletów, które nie uwzględniają obowiązkowych opłat dodatkowych. W wydanej decyzji Spółka zobowiązała się m.in. do:*

- wdrożenia rozwiązań, mających na celu lepsze uwidocznienie opłaty serwisowej,*
- zwrotu pobranej opłaty serwisowej tym konsumentom, którzy od 1.03.2021 r. do daty zmiany sposobu informowania o opłacie serwisowej złożyli reklamacje lub inne pisma dotyczące opłaty serwisowej, które nie zostały rozpatrzone lub uznane albo zakupili od Spółki bilety nie wcześniej niż 2 (dwa) tygodnie przed datą zmiany sposobu informowania o opłacie serwisowej i złożyli reklamacje lub inne pisma dotyczące opłaty serwisowej nie później niż 2 (dwa) tygodnie po tej dacie,*
- publikacji niniejszego oświadczenia.*

*Zwrot zostanie przyznany automatycznie - nie musisz nic robić. Jeśli nie mamy numeru rachunku bankowego do dokonania zwrotu, skontaktujemy się z Tobą.*

*Szczegóły dotyczące wydanej decyzji dostępne są na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl). Informujemy, że decyzja Prezesa UOKiK, o której mowa w niniejszym komunikacie jest prawomocna”.*

Oświadczenia zostaną opublikowane w następujący sposób:

- a) Oświadczenie nr 1 będzie zamieszczone w górnej części strony głównej [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl), nad belką umożliwiającą wyszukiwanie, bez możliwości zamknięcia;*
- b) zastosowana dla Oświadczenia nr 1 czcionka będzie ciemna i będzie odpowiadać wielkości czcionki używanej na stronie internetowej [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl) w nagłówkach;*
- c) Oświadczenie nr 1 zostanie sformułowane ciemną czcionką na jasnym tle (kolor crayola), fragment „Dowiedz się więcej” będzie pogrubiony i będzie mieć formę hiperłącza (linku) przekierowującego do dedykowanej podstrony internetowej Spółki, na której zostanie zamieszczone Oświadczenie nr 2;*
- d) tekst Oświadczenia nr 2 zostanie wyjustowany;*

- e) Oświadczenie nr 2 zostanie sformułowane ciemną czcionką na jasnym tle;
  - f) fragment Oświadczenia nr 2 o treści „decyzję nr RWR 9/2023” zostanie zamieszczony w formie hipertącza prowadzącego do podstrony internetowej w domenie uokik.gov.pl z wyszukiwarką decyzji Prezesa UOKiK (na moment wydania decyzji: [https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec\\_prez.nsf](https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf));
  - g) w przypadku zmiany nazwy przedsiębiorcy, jego przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem danego przedsiębiorcy lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw przedsiębiorcy dawnej i nowej;
  - h) w przypadku zmiany adresu strony internetowej, niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do strony internetowej funkcjonującej w czasie zamieszczenia przedmiotowego oświadczenia na stroni internetowej eBilet;
  - i) przedmiotowe oświadczenia będą dostępne na stronie internetowej eBilet sp. z o.o. przez okres 2 (dwóch) miesięcy od daty ich zamieszczenia na stronie internetowej Spółki tj. w terminie 2 (dwóch) tygodni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu.
5. publikacji, na koszt eBilet, w mediach społecznościowych Spółki (Facebook, Instagram), w terminie 14 (czternastu) dni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu, komunikatu o następującej treści (dalej: Komunikat):

*„Drodzy Klienci,*

*Informujemy, że w dniu 15.11.2023 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydał decyzję nr RWR 9/2023, w której uprawdopodobniono stosowanie przez eBilet praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na prezentowaniu w serwisie [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl) minimalnych cen sprzedaży biletów, które nie uwzględniają obowiązkowych opłat dodatkowych. W wydanej decyzji Spółka zobowiązała się m.in. do:*

- wdrożenia rozwiązań, mających na celu lepsze uwidocznienie opłaty serwisowej,*
- zwrotu pobranej opłaty serwisowej tym konsumentom, którzy od 1.03.2021 r. do daty zmiany sposobu informowania o opłacie serwisowej złożyli reklamacje lub inne pisma dotyczące opłaty serwisowej, które nie zostały rozpatrzone lub uznane albo zakupili od Spółki bilety nie wcześniej niż 2 (dwa) tygodnie przed datą zmiany sposobu informowania o opłacie serwisowej i złożyli reklamacje lub inne pisma dotyczące opłaty serwisowej nie później niż 2 (dwa) tygodnie po tej dacie,*
- publikacji niniejszego oświadczenia.*

*Zwrot zostanie przyznany automatycznie - nie musisz nic robić. Jeśli nie mamy rachunku do zwrotu, skontaktujemy się z Tobą.*

*Szczegóły dotyczące wydanej decyzji dostępne są na stronie [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl). Informujemy, że decyzja Prezesa UOKiK, o której mowa w niniejszym komunikacie jest prawomocna.*



#UOKiK, #decyzjaUOKiK”

Komunikat będzie opublikowany w następujący sposób:

- a) Komunikat będzie zamieszczony jako post na prowadzonych przez eBilet platformach Facebook i Instagram;
- b) Komunikat zostanie zamieszczony na profilach Spółki w serwisach Instagram oraz Facebook, w sposób umożliwiający stałe zapoznanie się użytkownika z jego treścią, tj. tak by tekst komunikatu został umieszczony na tablicy (osi czasu) tego profilu jako najbardziej aktualna informacja (post) wyświetlona przez użytkownika ww. serwisu (komunikat powinien zostać przypięty);
- c) Komunikat zostanie zamieszczony tak, by był dostępny dla wszystkich użytkowników serwisu Facebook i Instagram, tj. by w ustawieniach prywatności miał status „publiczny”;
- d) Komunikat zostanie sformułowany zgodnie z przyjętą strategią komunikacyjną w zakresie marki eBilet, tj. post o decyzji Prezesa Urzędu będzie opublikowany na tych samych zasadach jak wszystkie inne z użyciem takiej samej czcionki i wizualizacji jak w przypadku innych postów i wiadomości;
- e) Komunikat zostanie opublikowany w tym samym czasie, w którym oświadczenia wskazane w pkt I.4 powyżej (w tym samym dniu);
- f) w przypadku zmiany profilu Spółki do czasu zakończenia realizacji obowiązku, komunikat zostanie opublikowany na innym polskojęzycznym profilu w serwisie Facebook oraz Instagram prowadzonym przez eBilet sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. W przypadku zmiany nazwy Spółki, jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem Spółki lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej;
- g) Komunikat będzie dostępny na platformach Facebook oraz Instagram przez okres 2 (dwóch) miesięcy od daty jego publikacji tj. w terminie 14 (czternastu) dni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu.

Dowód: pisma Spółki z: 5 kwietnia 2023 r., k. 69-71, 28 lipca 2023 r., k. 190-192 i z 31 października 2023 r., k. 275-278.

**Mając na względzie powyższy stan faktyczny, Prezes Urzędu zważył, co następuje:**

#### **Interes publicznoprawny**

(18) Zgodnie z art. 1 ust. 1 ustawy okik, określa ona warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Interpretacja pojęcia interesu publicznego, wymaga odniesienia do ukształtowanego w tym zakresie orzecznictwa, zgodnie z którym naruszenie interesu publicznego ma miejsce, gdy skutkami działań sprzecznych z przepisami prawa dotknięty jest „szerszy krąg uczestników rynku”, a także, gdy działania te wywołują na rynku inne niekorzystne zjawiska. W ocenie Prezesa Urzędu rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, ponieważ wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy korzystają z usług Spółki, nabywając od niej bilety na imprezy/wydarzenia. Działania Przedsiębiorcy nie dotyczą interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu

konsumentów, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów.

### **Uprawdopodobnienie stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów**

(19) Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy okik, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 tej ustawy definiuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jako godzące w te interesy zachowanie przedsiębiorcy, które jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Wskazany przepis zawiera przykładowy katalog praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów obejmujący m.in. nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy okik).

(20) Za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może być uznane jedynie takie zachowanie, które spełnia łącznie następujące przesłanki:

- 1) kwestionowane zachowanie jest zachowaniem przedsiębiorcy;
- 2) zachowanie to jest sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami;
- 3) zachowanie to narusza interesy konsumentów jako zbiorowości.

(21) Jak stanowi art. 28 ust. 1 ustawy okik, jeżeli w toku postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostanie uprawdopodobnione na podstawie okoliczności sprawy, informacji zawartych w zawiadomieniu, o którym mowa w art. 100 ust. 1 ustawy okik, lub będących podstawą wszczęcia postępowania – że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 ustawy okik, a przedsiębiorca, któremu jest zarzucane naruszenie tego zakazu, zobowiąże się do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków, Prezes Urzędu może, w drodze decyzji, zobowiązać przedsiębiorcę do wykonania tych zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24 ustawy okik, i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

(22) Istota decyzji zobowiązującej polega na zawarciu quasi-porozumienia pomiędzy Prezesem UOKiK a przedsiębiorcą<sup>4</sup>. W doktrynie podkreśla się, że decyzja zobowiązująca stanowi jeden z najbardziej skutecznych mechanizmów będących w dyspozycji Prezesa UOKiK, których celem jest doprowadzenie działań przedsiębiorców do stanu zgodności z prawem ochrony konkurencji i konsumentów. Przyczyną wysokiej skuteczności procedury zobowiązującej jest przede wszystkim proporcjonalne rozłożenie obciążeń i korzyści po obu stronach tej relacji administracyjno-prawnej. Każda ze stron, tj. Prezes UOKiK i przedsiębiorca wnosi swoisty „wkład” w doprowadzenie do stanu zgodności z prawem, poświęcając z reguły pewne wartości, a w zamian zyskując inne, przy czym ostatecznie zyskuje konsument, którego interes podlega szczególnej ochronie<sup>5</sup>.

(23) Analiza przepisu art. 28 ust. 1 ustawy okik pozwala stwierdzić, że Prezes UOKiK może wydać powyższą decyzję w sytuacji łącznego spełnienia następujących przesłanek:

- 1) uprawdopodobnienia w trakcie postępowania stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów;

<sup>4</sup> D. Miąsik (w:) T. Skoczny (red.), Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Komentarz, Warszawa 2009 r., s. 1048.

<sup>5</sup> J. Sroczyński, Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów: decyzja zobowiązująca (uwagi praktyczne oraz de lege ferenda), IKAR 1/2012, s.99.

- 2) zobowiązania się przedsiębiorcy do podjęcia lub zaniechania określonych działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków;
- 3) uznania przez Prezesa UOKiK za celowe nałożenie obowiązku wykonania przedłożonego przez przedsiębiorcę zobowiązania.

(24) Uprawdopodobnienie w omawianym przypadku oznacza, że Prezes Urzędu odstępuje od udowodnienia określonych faktów. W przypadku wydania decyzji zobowiązującej, wystarczające jest ustalenie z dużą dozą prawdopodobieństwa, iż zarzucane praktyki miały miejsce.

#### **Ad 1) Status przedsiębiorcy**

(25) Zakaz stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów adresowany jest do przedsiębiorców. Stosownie do art. 4 pkt 1 lit. a ustawy okik, ilekroć w ustawie jest mowa o przedsiębiorcy rozumie się przez to m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2023 r. poz. 221 ze zm.). W myśl art. 4 ust. 1 ww. ustawy, przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą.

(26) eBilet Polska sp. z o.o. siedzibą w Warszawie, jako spółka kapitałowa, posiada osobowość prawną. W sposób zorganizowany i ciągły świadczy za wynagrodzeniem usługi sprzedaży indywidualnej, korporacyjnej, a także promocji i kompleksowej obsługi imprez, a zatem jest przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy okik.

#### **Ad 2) Bezprawność**

(27) Jako bezprawne należy kwalifikować zachowania sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, że określone zachowanie koliduje z przepisami prawa. Działanie podejmowane przez Przedsiębiorcę - opisane w sentencji decyzji - wypełnia znamiona bezprawności, poprzez naruszenie zakazu stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych określonego w art. 3 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r. poz. 845, dalej: upnpr), co z kolei narusza zbiorowe interesy konsumentów.

#### **Nieuczciwe praktyki rynkowe**

(28) Zgodnie z art. 4 ust. 1 upnpr, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorcę 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. 2 pkt 4 upnpr, przez praktykę rynkową rozumie się działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta. Art. 2 pkt 3 upnpr stanowi, że przez produkt rozumie się każdy towar lub usługę. W niniejszej sprawie produktem jest bilet wstępu na określoną imprezę/wydarzenie nabywany za pośrednictwem Spółki.

(29) Stosownie do art. 5 ust. 1 upnpr, 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. Art. 5 ust. 3 pkt 5 upnpr stanowi, że wprowadzające w błąd działanie

może w szczególności dotyczyć ceny, sposobu obliczania ceny lub istnienia szczególnej korzyści cenowej.

(30) W ocenie Prezesa Urzędu, zakwestionowane w ramach postawionego zarzutu zachowanie Spółki mieści się w ustawowym pojęciu praktyki rynkowej w rozumieniu art. 2 pkt 4 upnpr. Działanie to związane jest bowiem ze sposobem prezentowania w serwisie eBilet informacji handlowej w zakresie cen biletów na wydarzenia/imprezy, a zatem ma bezpośredni związek z nabywaniem tych produktów przez konsumentów za pośrednictwem serwisu. Cena jest na ogół elementem transakcji najsilniej oddziałującym na podejmowanie przez konsumentów decyzji zakupowych.

(31) Od strony przedsiębiorcy - sprzedawcy, cena jest istotnym elementem marketingu, tj. czynnikiem kształtującym zachowanie rynkowe konsumenta. Stanowi jeden z głównych argumentów w komunikacji z potencjalnym klientem, informuje o jakości produktu oraz wpływa na proces podejmowania decyzji dotyczącej zakupu<sup>6</sup>.

### **Model przeciętnego konsumenta**

(32) Definicja przeciętnego konsumenta zawarta w art. 2 pkt 8 upnpr jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej również: TSUE). Stopniowy rozwój orzecznictwa TSUE doprowadził do utrwalenia modelu konsumenta jako konsumenta rozważnego, przeciętnie zorientowanego, mającego prawo do rzetelnej informacji niewprowadzającej w błąd, zawierającej wszelkie niezbędne dane wynikające z funkcji i przeznaczenia danego towaru. Na każdym etapie zawarcia umowy przeciętny konsument ma prawo odbierać kierowane do niego przekazy w sposób dosłowny zakładając, że przedsiębiorca, od którego pochodzą, przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny i zgodny z rzeczywistością.

(33) Sprzedaż biletów na imprezy/wydarzenia o charakterze kulturalnym, rozrywkowym, czy sportowym nie ma wyjątkowego charakteru, nie posiada cechy szczególnej. W konsekwencji nie można przyjąć, że przedsiębiorca kieruje swoją ofertę do szczególnej, ściśle określonej grupy konsumentów, która mogłaby zostać wyodrębniona na podstawie specjalnej, wspólnej dla nich cechy. Użytkownicy strony eBilet to osoby korzystające z internetu i płatności elektronicznych. Pomimo dysponowania pewnym zakresem umiejętności, konsumenci w sektorze e-commerce znajdują się jednak w położeniu nierównowagi względem przedsiębiorcy. Przedsiębiorcy mają kontrolę zarówno nad prezentacją produktów jak i prezentacją cen. To daje im przewagę w kształtowaniu postrzegania produktów i wpływaniu na decyzje zakupowe konsumentów. Prezentowanie cen na niższym poziomie i podwyższanie ich poprzez dodawanie obowiązkowych opłat na kolejnych etapach ścieżki zakupowej wykorzystuje tzw. efekt zakotwiczenia. Sprzedawca, prezentując początkowo niższą cenę (tzw. kotwicę), sprawia, że oferta wydaje się konsumentowi atrakcyjna. Następnie, wprowadza dodatkowe opłaty lub koszty, które nie były uwzględnione w pierwotnie prezentowanej kwocie, zwiększając ostateczny koszt transakcji. Takie zachowanie może prowadzić do utrwalenia początkowego wrażenia korzystnej oferty oraz zmniejsza szanse, na to, że konsument zrezygnuje z zakupu, ponieważ zainwestował już czas i uwagę w proces składania zamówienia. Dlatego też istotne znaczenie ma kwestia należytej prezentacji informacji zamieszczanych w serwisach internetowych. Konsument nie ma możliwości dowiedzieć się o ewentualnych opłatach dodatkowych w inny sposób niż od przedsiębiorcy.

---

<sup>6</sup> J. Łodziana - Grabowska, Marketingowe determinanty zachowań rynkowych konsumentów w Polsce, Warszawa 2015, s. 38 i 43.

Cena wpływa na decyzje konsumentów i dlatego ta informacja powinna być rzetelna, żeby umożliwić im podjęcie świadomej decyzji.

(34) W ocenie Prezesa Urzędu, przeciętnym konsumentem w niniejszej sprawie będzie zatem każda osoba zainteresowana zakupem za pośrednictwem strony internetowej Spółki, biletu na imprezę/wydarzenie. Taki konsument (nabywca biletu) będzie dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny. Należy podkreślić, że takie cechy jak: dostateczne poinformowanie, uwaga i ostrożność określa pewien zespół cech mentalnych konsumenta (jego przeciętność), znajdujących wyraz w tym, że z jednej strony można wymagać od niego pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, a z drugiej - nie można uznać, że jego wiedza jest kompletna i profesjonalna. Taki konsument ma prawo oczekiwać, że cena prezentowana mu na początku procesu zakupowego pozostanie stała przez całą transakcję. Konsument ma prawo do pewności co do kosztów, jakie poniesie, i oczekuje, że przedstawione mu informacje cenowe są rzetelne i niezmiennego charakteru. Jest to istotny element budowania zaufania między konsumentami a przedsiębiorcami oraz utrzymania uczciwych praktyk handlowych. Rzetelność i spójność cen są kluczowe dla zapewnienia przejrzystości i sprawiedliwości w procesie zakupowym oraz dla zachowania równowagi w relacjach między konsumentami a przedsiębiorcami.

#### **Uprawdopodobnienie praktyki opisanej w sentencji decyzji**

(35) W procesie zakupowym (tzw. ścieżka zakupowa) stosowanym na stronie internetowej Spółki, na różnych etapach, kilkakrotnie prezentowana jest informacja o cenie minimalnej biletu. Informacja ta zawiera przyimek „od” oraz kwotę (np. od 135 zł). Na niektórych etapach (np. na początku ścieżki zakupowej) opatrzona jest dodatkowo „informacją” w formie *tooltipu* (etykiety) o treści: „Do ceny biletu mogą zostać doliczone dodatkowe opłaty”.

(36) W toku postępowania ustalono jednak, że zakup biletu w podanej minimalnej cenie nie jest praktycznie możliwy. Spośród przeanalizowanych łącznie 308 ofert, w każdym przypadku do ceny biletu prezentowanej jako minimalna doliczana była bowiem obligatoryjna opłata serwisowa. Wskazywane w serwisie eBilet minimalne ceny biletów nie uwzględniają tej opłaty dodatkowej.

(37) Praktyka opisana w sentencji decyzji ma charakter tzw. *drip pricingu*, tj. strategii cenowej, w której przedsiębiorca prezentuje początkową cenę produktu lub usługi, a następnie stopniowo ujawnia dodatkowe obligatoryjne opłaty i koszty. *Drip pricing* utrudnia konsumentom jasne zrozumienie rzeczywistego kosztu produktu lub usługi na wczesnym etapie procesu zakupowego. To z kolei może prowadzić do dezorientacji i frustracji, gdy konsument odkrywa dodatkowe opłaty na późniejszym etapie. Konsument, który wybrał daną ofertę po porównaniu innych ofert, przeszedł długą ścieżkę zakupową i jest na etapie finalizacji zamówienia, nie zawsze będzie skłonny do przechodzenia całego zakupu od początku. Zatem nawet jeśli dana oferta nie będzie najlepsza cenowo, konsument i tak zdecyduje się na zakup. Brak kompletnej informacji o cenie może wpływać na decyzje zakupowe konsumentów, zachęcając ich do rozpoczęcia transakcji przy niższej początkowej cenie, która nie uwzględnia pozostałych obligatoryjnych opłat.

(38) Prezes Urzędu wskazuje, iż przekaz marketingowy przedsiębiorcy powinien uwzględniać okoliczności istotne dla oceny prezentowanych warunków usługi lub właściwości towaru. Przede wszystkim przekazywane konsumentom informacje o istotnych warunkach usługi lub właściwości towaru (w analizowanym przypadku rzeczywistej, minimalnej cenie, za

którą konsument może zakupić bilet na imprezę/wydarzenie) muszą być prezentowane w sposób jasny, czytelny i nie wprowadzający w błąd.

(39) Wymóg otrzymania przez konsumenta rzetelnej informacji o warunkach usługi lub właściwości towaru dotyczy każdego etapu zawarcia umowy (reklama, strona internetowa, rozmowa sprzedażowa, wzorce umów itd.). Bez znaczenia pozostaje w tym przypadku możliwość zweryfikowania przez konsumenta przekazu marketingowego na późniejszym etapie zawierania umowy. Taka możliwość nie może, w ocenie Prezesa Urzędu, służyć do uzupełniania czy prostowania informacji zawartych w wieloetapowym procesie zakupowym. Przedsiębiorca ma obowiązek poinformowania w sposób jednoznaczny o cechach prezentowanej oferty już w chwili kierowania jej do konsumenta - w reklamie lub na stronie internetowej. Sam zaś konsument nie ma obowiązku (a niekiedy również możliwości) weryfikacji rzetelności tych danych. Przekazanie wszystkich istotnych informacji na późniejszym etapie kontraktowania (w niniejszej sprawie - po dokonaniu przez konsumenta wyboru wydarzenia z oferty serwisu, wyboru kategorii, rodzaju biletów oraz zaznaczeniu miejsc na planie sali lub wybraniu liczby miejsc/pakietów nienumerowanych) nie niweluje ewentualnego wprowadzenia w błąd przez informacje podawane w toku procesu zakupowego.

(40) Prezes Urzędu zauważa przy tym, że niektóre z informacji o minimalnej oferowanej cenie biletów, prezentowane w serwisie Spółki, opatrzone są dodatkowym komentarzem przybierającym formę *tooltipu* (etykiety). Przede wszystkim należy podkreślić, że nie każdy konsument kliknie w ten *tooltip*, co może prowadzić do niepełnego zrozumienia kosztów związanych z zakupem biletów. Jest to ważny aspekt, który wpływa na poziom przejrzystości informacji dostarczanych konsumentom i może wprowadzać dezorientację w procesie podejmowania decyzji zakupowych. Nie mniej istotne jest również to, że informacja zawarta w *tooltipie* nie wskazuje na wysokość sygnalizowanych opłat dodatkowych, jak i posługuje się trybem przypuszczającym. Oznacza to, że informacja o możliwym wzroście ceny zakupu biletu podana jest jedynie jako przypuszczenie, które dodatkowo jest sprzeczne z przyimkiem „od...” i może sugerować, że te opłaty są fakultatywne, skoro cena jest wskazana jako „od...”. W takiej sytuacji nie sposób jest uznać, by przeciętny konsument na jej podstawie miał możliwość pewnego stwierdzenia, że zakup biletu za kwotę prezentowaną jako „od ...” jest niemożliwy. Innymi słowy, nie niweluje wprowadzającego w błąd wydzwieku informacji, wskazującej na możliwość nabycia biletów za wprost określoną cenę minimalną.

(41) Opisane powyżej komunikaty, dotyczące minimalnych cen oferowanych przez Spółkę biletów, mogą przy tym prowadzić do podjęcia przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Przyjęty sposób ekspozycji ofert, może powodować podjęcie przez konsumenta decyzji o zakupie określonego biletu lub też wykonania szeregu czynności (w tym podania danych osobowych na stronie internetowej Spółki) i poświęcenia czasu na zapoznanie się z warunkami oferty, którego to działania konsument mógłby nie podjąć, gdyby miał świadomość, że prezentowana cena nie jest tą, za którą możliwy jest zakup biletu. Zniekształcenie zachowania rynkowego konsumenta może zatem polegać na podjęciu przez niego określonych czynności zmierzających do zawarcia umowy, nawet jeśli ostatecznie do tego nie dojdzie.

(42) Wobec tego, w ocenie Prezesa UOKiK, zostało uprawdopodobnione, że zachowanie Spółki opisane w sentencji decyzji stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 5 oraz art. 4 ust. 2 upnpr, a tym samym może naruszać zakaz opisany w art. 3 tej ustawy i być bezprawne.

### Ad 3) Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów

(43) Ustawa okik nie objaśnia znaczenia pojęcia „zbiorowego interesu konsumentów”. Należy przyjąć, że interesem, który podlega ochronie na podstawie art. 24 ustawy okik 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. 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.

(44) Opisane w sentencji decyzji działanie Spółki nie dotyczy interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, których sytuacja jest identyczna. Rozpatrywana sprawa wiąże się z ochroną praw potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów, tj. wszystkich osób, które mogły i mogą skorzystać z usług eBilet. Z uwagi na charakter oferowanych usług (zakup biletów na imprezy/wydarzenia kulturalno-rozrywkowe za pośrednictwem internetu) należy stwierdzić, że praktyki Spółki kierowane są do szerokiego kręgu odbiorców - wszystkich konsumentów, którzy na stronie [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl) przeglądają oferty biletów. Jednocześnie należy wskazać, że w przypadku niektórych wydarzeń eBilet jest wyłącznym dystrybutorem biletów. Wówczas każda osoba zainteresowana udziałem w takim wydarzeniu jest zmuszona skorzystać z usług Spółki.

(45) Kwestionowana przez Prezesa UOKiK praktyka narusza zarówno ekonomiczne, jak i pozaekonomiczne interesy konsumentów. Przede wszystkim, konsumentom znacznie trudniej jest porównywać oferty różnych przedsiębiorców, gdyż informacje o cenach są prezentowane w niejednakowy sposób, a prawdziwy koszt jest ukryty. Dodatkowo, stosowany przez Spółkę sposób prezentacji cen może wpływać na decyzje zakupowe konsumentów, zachęcając ich do rozpoczęcia transakcji przy niższej początkowej cenie. Część konsumentów mogłaby nie zdecydować się na rozpoczęcie procesu zakupowego gdyby od początku miała świadomość rzeczywistej kwoty, którą będzie musiała zapłacić. Natomiast konsument, który przejdzie przez wieloetapowy proces sprzedażowy, chcąc uniknąć konieczności jego powtórzenia, może zgodzić się na cenę powiększoną o ujawnione dopiero w toku ścieżki zakupowej koszty. Poświęcony zakupom czas i energia stanowią na tyle ważne czynniki, że aby zaoszczędzić dalsze ich nakłady, pozostaje przy dotychczasowym, chociaż wcale nie najlepszym, wyborze. Powyższe, może świadczyć o naruszaniu przez Spółkę interesów ekonomicznych konsumentów.

(46) Jednocześnie praktyka ta narusza pozaekonomiczne interesy konsumentów, narażając ich na marnowanie czasu w poszukiwaniu najkorzystniejszych ofert. Pojawienie się dodatkowych, obowiązkowych opłat na późniejszych etapach procesu zakupowego może prowadzić do dezorientacji i frustracji związanej z brakiem pełnej informacji o cenach. Konsument, bazując na prezentowanych przez Spółkę informacjach, mogą zakładać, że cena minimalna to rzeczywista cena, za którą można nabyć bilet. W związku z tym, kwestionowana praktyka może naruszać nie tylko interesy ekonomiczne, ale także zaufanie konsumentów do innych przedsiębiorców działających na rynku.

(47) Mając powyższe na względzie należy uznać, że spełniona została przesłanka dotycząca uprawdopodobnienia godzenia opisanym zachowaniem Spółki w zbiorowe interesy konsumentów.

(48) W konsekwencji przedstawionych powyżej rozważań stwierdzić należy, że uprawdopodobniono stosowanie przez eBilet praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, polegającej na prezentowaniu w serwisie [www.ebilet.pl](http://www.ebilet.pl), minimalnych cen sprzedaży biletów, które nie uwzględniają obowiązkowych opłat dodatkowych, co może wprowadzać konsumentów w błąd co do rzeczywistej ceny biletów i tym samym stanowić praktykę, o której mowa w art. 5 ust. 1 i ust. 3 pkt 5 w zw. z art. 4 ust. 2 upnr i godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji może stanowić naruszenie art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy okik.

#### **Rozstrzygnięcie Prezesa UOKiK w przedmiocie propozycji zobowiązania eBilet**

(49) Wobec faktu złożenia przez Spółkę stosownego zobowiązania już na początkowym etapie toczącego się postępowania w sprawie podejrzenia naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, doprecyzowanego następnie na dalszym etapie postępowania, Prezes Urzędu uznał za zasadne jego przyjęcie. Treść zobowiązania jest jednoznaczna i precyzyjna oraz umożliwia skontrolowanie jego wykonania. Jego przedmiot pozostaje w bezpośrednim związku z zarzucaną przez Prezesa Urzędu praktyką.

(50) Spółka zobowiązała się do zaniechania stosowania praktyki oraz wprowadzenia zmian w sposobie informowania o cenie minimalnej na stronie internetowej Spółki i w komunikacji marketingowej. Po zmianie informacja o minimalnej cenie sprzedaży biletu będzie zawierać opłatę serwisową (cena minimalna będzie równa cenie najtańszego biletu na dane wydarzenie lub imprezę powiększoną o należną opłatę serwisową). eBilet przesunie także na ścieżce zakupowej moment informowania konsumenta o opłacie serwisowej oraz wysokości takiej opłaty. Informacje o obowiązkowych opłatach dodatkowych będą widoczne za każdym razem, gdy będzie podana cena. Tym samym powody uznania stosowanej przez Spółkę praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów zostaną wyeliminowane, a konsument będzie mógł podjąć świadomie decyzję zakupową, już na pierwszym etapie procesu zakupowego.

(51) Złożone przez Spółkę zobowiązanie przewiduje także przyznanie konsumentom przysporzenia w celu usunięcia skutków opisanej praktyki eBilet. Zwrot wskazany w pkt I.3 rozstrzygnięcia decyzji obejmie wszystkich konsumentów, którzy w okresie od 1.03.2021 r. (tj. od daty uruchomienia systemu zarządzania zapytaniami/reklamacjami klientów) do daty zmiany modelu uwidaczniania opłaty serwisowej w sposób określony w propozycji zobowiązania, złożyli do Spółki reklamacje lub inne pisma dotyczące naliczonej im opłaty serwisowej, które nie zostały rozpatrzone lub uznane albo zakupili od Spółki bilety nie wcześniej niż 2 (dwa) tygodnie przed datą zmiany sposobu informowania o opłacie serwisowej i złożyli reklamacje lub inne pisma dotyczące opłaty serwisowej nie później niż 2 (dwa) tygodnie po tej dacie.

(52) Prezes UOKiK uznał za wystarczające ograniczenie zwrotu do grona konsumentów, którzy poczuli się pokrzywdzeni stosowaną przez Spółkę praktyką i którzy w związku z tym skontaktowali się z nią (reklamacje, skargi, zapytania) w okresie przekraczającym 2 lata. Zwrot dotyczy pełnej wysokości opłaty serwisowej (nie jest limitowana). Zwroty dokonywane będą automatycznie, bez dodatkowych czynności po stronie konsumenta, o ile eBilet zna numer rachunku uprawnionego, w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji. W pozostałych wypadkach eBilet, skontaktuje się z konsumentami z prośbą o podanie numeru konta bankowego do zwrotu w terminie 2 miesięcy od otrzymania wiadomości od Spółki, a zwrot nastąpi w terminie 30 dni od dnia przestania numeru konta.



(53) W ramach usunięcia skutków praktyki Spółka zobowiązała się do poinformowania na stronie internetowej eBilet oraz na swoich kanałach w mediach społecznościowych: Facebook i Instagram, o wydanej decyzji zgodnie z treścią pkt I.5 i I.6 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji. Celem tych oświadczeń jest poinformowanie o wydaniu i treści decyzji Prezesa UOKiK oraz wskazanie, jakie działania zostały w niej zakwestionowane. Publikacja i utrzymanie ich przez okres 2 miesiące na stronie internetowej oraz w mediach społecznościowych, umożliwi zapoznanie się z jej treścią wszystkim uczestnikom rynku, zarówno konsumentom, jak i przedsiębiorcom. Spełni przy tym funkcję edukacyjną oraz prewencyjną.

(54) Mając na uwadze powyżej poczynione ustalenia prawne i faktyczne, stwierdzić trzeba, iż w okolicznościach rozpoznawanej sprawy ziściły się wszystkie wymagane przepisem art. 28 ustawy okik przesłanki dla możliwości wydania przez Prezesa Urzędu decyzji zobowiązującej. Po rozważeniu wszelkich okoliczności sprawy Prezes Urzędu uznał, że wydanie decyzji w trybie art. 28 ustawy okik, skutkować będzie zakończeniem naruszenia i eliminacją jego dotychczasowych skutków. W świetle powyższego Prezes Urzędu uznał, że zasadne jest przyjęcie zobowiązania Spółki.

(55) Z uwagi na powyższe orzeczono jak w pkt I sentencji decyzji.

#### **Obowiązek składania informacji o stopniu realizacji zobowiązania**

(56) Stosownie do art. 28 ust. 3 ustawy okik, elementem obligatoryjnym decyzji zobowiązującej jest nałożenie przez Prezesa Urzędu obowiązku składania w terminie wyznaczonym przez organ ochrony konsumentów informacji o stopniu realizacji zobowiązań.

(57) Mając na uwadze dyspozycję wynikającą z cytowanego powyżej przepisu, Prezes Urzędu nałożył na Spółkę obowiązek przedstawienia sprawozdania z wykonania zobowiązań wskazanych w pkt I sentencji decyzji w sposób określony w pkt II sentencji decyzji. Nałożony na Spółkę obowiązek sprawozdawczy pozwoli Prezesowi Urzędu skontrolować terminowość oraz prawidłowość wykonania zobowiązań przez Spółkę.

(58) Z uwagi na powyższe orzeczono jak w pkt II sentencji decyzji.

#### **POUCZENIA**

(59) Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy okik, w związku z art. 479<sup>28</sup> § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2023 r. poz. 1550 ze zm.; dalej: kpc) - 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 - Delegatury we Wrocławiu.

(60) Zgodnie z art. 3 ust. 2 pkt 9 w związku z art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych (Dz.U. z 2023 r. poz. 1144 ze zm., dalej: uksc), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1000 zł.

(61) Zgodnie z art. 103 ust. 1 i ust. 2 uksc, Sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.

(62) Zgodnie z art. 105 ust. 1 uksc, wniosek o przyznanie zwolnienia od kosztów sądowych należy zgłosić na piśmie lub ustnie do protokołu w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

- (63) Stosownie do treści art. 117 § 1, § 3 i § 4 kpc, strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.
- (64) Osoba prawna niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykaże, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.
- (65) Wniosek o ustanowienie adwokata lub radcy prawnego strona zgłasza wraz z wnioskiem o zwolnienie od kosztów sądowych lub osobno, na piśmie lub ustnie do protokołu, w sądzie, w którym sprawa ma być wytoczona lub już się toczy.

Z up. Prezesa Urzędu  
Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
Dyrektor  
Delegatury we Wrocławiu  
Agnieszka Jacyszyn