



PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
Delegatura Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów w Krakowie

RKR-410-2/10/PP- 21/11

Kraków, dnia 29 kwietnia 2011 r.

DECYZJA NR RKR -12/2011

Stosownie do art. 33 ust. 6 *ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz. U. Nr 50, poz. 331, z późn. zm.) i § 4 ust. 1 *rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* (Dz.U. Nr 107, poz. 887),

- w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów -

po przeprowadzeniu postępowania antymonopolowego:

I.

Na podstawie art. 10 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* **uznaje się za praktykę ograniczającą konkurencję** i naruszającą zakaz, o którym mowa w art. 6 ust. 1 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, zawarcie przez Centrum Przewodnictwa Tatrzańskiego z siedzibą w Zakopanem porozumienia ograniczającego konkurencję na rynku usług przewodników górskich tatrzańskich poprzez ustalanie i publikowanie cennika zawierającego sugerowane ceny minimalne za usługi przewodnickie, **oraz nakazuje się jej zaniechanie.**

II.

Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 1 w związku z art. 106 ust. 4 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* nakłada się na Centrum Przewodnictwa Tatrzańskiego z siedzibą w Zakopanem **karę pieniężną** w wysokości 1 000,00 zł (słownie: jeden tysiąc złotych) z tytułu naruszenia *ustawy*, o którym mowa w pkt I. niniejszej decyzji, płatną do budżetu Państwa.

III.

Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* obciąża się Centrum Przewodnictwa Tatrzańskiego z siedzibą w Zakopanem kosztami niniejszego postępowania w wysokości 67,00 zł (słownie: sześćdziesiąt siedem złotych) oraz zobowiązuje się do ich zwrotu na rzecz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

UZASADNIENIE

W związku z otrzymanym zawiadomieniem, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatura w Krakowie (dalej: „Prezes Urzędu”, lub „organ antymonopolowy”), przeprowadził postępowanie wyjaśniające, mające na celu ustalenie zasad kształtowania przez Centrum Przewodnictwa Tatrzańskiego z siedzibą w Zakopanem (dalej „CPT”) cen usług przewodnickich. Ustalenia dokonane w toku postępowania

wyjaśniającego uprawdopodobniły, że działania CPT, polegające na określaniu i podawaniu do publicznej wiadomości cenników zawierających sugerowane ceny minimalne usług przewodnickich, mogą naruszać regulacje ustawy *o ochronie konkurencji i konkurentów*.

W związku z powyższym w dniu 4 listopada 2010 r. postanowieniem nr RKR-194/2010 wszczęte zostało postępowanie antymonopolowe pod zarzutem stosowania przez CPT praktyki ograniczającej konkurencję, polegającej na bezpośrednim ustalaniu cen usług przewodników górskich tatrzańskich, co narusza art. 6 ust. 1 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Postanowieniem nr RKR-195/2010 r. z dnia 4 listopada 2010 r. organ antymonopolowy zaliczył w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu dokumenty i wyjaśnienia uzyskane w toku postępowania wyjaśniającego, stanowiące pisma w numeracji ciągłej o sygnaturze od RKR-400-25/10/PP do RKR-400-25/10/PP-13/10, wraz z załącznikami. Natomiast postanowieniem nr RKR-216/2010 r. z dnia 10 grudnia 2010 r. zaliczone zostały w poczet dowodów dokumenty stanowiące wydruki ogólnodostępnych informacji o stosowanych cenach usług, opublikowanych na stronach internetowych stowarzyszeń przewodników tatrzańskich oraz przedsiębiorców świadczących usługi przewodnickie.

W odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania antymonopolowego, odnosząc się do postawionego zarzutu, strona postępowania podniosła że:

- *CPT nie podlega pod zakres regulacji ustawy ochrony konkurencji i konsumentów. CPT jest organizacją o charakterze non-profit, która z tytułu prowadzonej działalności nie uzyskuje jakichkolwiek przychodów z wyjątkiem składek członkowskich, które zostają przeznaczone na cele statutowe,*
- *CPT skupia się na działalności mającej na celu kultywowanie i wspieranie przewodnictwa tatrzańskiego, jako zajęcia mającego długą tradycję i spełniającego cenne funkcje w zakresie kulturotwórczym i edukacyjnym. W związku z tym, w ocenie CPT, nie było intencją ustawodawcy obejmowanie rygorami ustawy antymonopolowej podmiotów prowadzących społeczną działalność edukacyjną i kulturotwórczą,*
- *zarówno cele statutowe CPT, jak i realnie podejmowane przez nie działania nie pozwalają na uznanie, że jest ono organizacją, która mogłaby w jakikolwiek sposób ograniczać konkurencję na rynku świadczenia usług przewodnickich. Charakter i funkcja zajęcia, jakim jest przewodnictwo tatrzańskie (a także przewodnictwo turystyczne w ogóle) powoduje, iż przewodnicy są w pełni samodzielnymi podmiotami, świadczącymi swoje usługi w pełni niezależnie i o w oparciu o zasady wolnego rynku. CPT nie ma wobec przewodników jakichkolwiek uprawnień władczych, czy realnie działających instrumentów, pozwalających na kształtowanie cen świadczonych usług,*
- *poprzez swoje działania o charakterze koordynacyjno-edukacyjnym, propagując ciągłą konieczność podnoszenia swoich kwalifikacji u przewodników, CPT przyczynia się do wzrostu poziomu świadczenia usług, a tym samym wzrostu konkurencji na rynku, a nie jej ograniczania,*
- *cenniki zawierające sugerowane ceny podnoszą niezwykle istotny aspekt bezpieczeństwa, określając maksymalną liczbę osób, którą, w zależności od skali trudności trasy, może przewodnik poprowadzić,*
- *ceny wyrażane w opracowywanych przez CPT cennikach to jedynie ceny wyrażające wartość pracy wykonanej przez przewodnika. Są to jedynie sugerowane poziomy cen, a pomiędzy CPT, skupionymi w nim organizacjami oraz przewodnikami nigdy nie doszło do zawarcia wiążącego porozumienia, mającego na celu kształtowanie cen na rynku, a tym samym ograniczanie konkurencji. Nie było jakichkolwiek form nacisku, kontroli lub sankcji. Kształtowanie działalności poszczególnych stowarzyszeń członkowskich oraz*

każdego z przewodników tatrzańskich, w tym poziom cen świadczonych przez nich usług, odbywa się w pełni suwerennie, a CPT nie ma na nie realnego wpływu, z uwagi na brak narzędzia pozwalającego na ich kształtowanie.

W konkluzji CPT stwierdziło, że nigdy nie wpływało i nie wpływa na kształtowanie poziomu cen świadczenia usług przewodnickich w sposób, który pozwalałby na uznanie, iż prowadziłoby to do wyeliminowania, ograniczenia lub naruszenia konkurencji na rynku świadczenia usług w zakresie przewodnictwa tatrzańskiego. [dowód: k. 102-104]

W toku postępowania antymonopolowego oraz poprzedzającego je postępowania wyjaśniającego organ antymonopolowy ustalił, co następuje.

Centrum Przewodnictwa Tatrzańskiego jest związkiem stowarzyszeń w rozumieniu art. 22 ust. 1 ustawy z dnia 7 kwietnia 1989 r. - Prawo o stowarzyszeniach (t.j. Dz.U. z 2001 r. Nr 79, poz. 855, ze zm.). Związek ten w dniu 10 lutego 2004 r. wpisany został do rejestru stowarzyszeń Krajowego Rejestru Sądowego pod nr 186878 i posiada osobowość prawną. [dowód: k. 69-73]

Statutowym celem działalności CPT jest „rozwijanie polskiego przewodnictwa tatrzańskiego oraz koordynowanie jego działalności” (§ 7 statutu). Cel ten realizowany jest m.in. poprzez koordynowanie działalności stowarzyszeń członkowskich w zakresie przewodnictwa tatrzańskiego (§ 8 pkt 2 statutu). Członkami CPT mogą być stowarzyszenia i osoby prawne o celach niezarobkowych zrzeszające przewodników tatrzańskich. Do obowiązków członków CPT należy m.in. przestrzeganie statutu, regulaminów, uchwał i innych przepisów opracowywanych przez Radę CPT. Najwyższą władzą CPT jest Rada CPT, tworzona z przedstawicieli stowarzyszeń członkowskich, desygnowanych w ilości jednego przedstawiciela na każdą rozpoczętą setkę przewodników tatrzańskich zrzeszonych w danym stowarzyszeniu członkowskim (§§ 20 i 21 statutu). Do kompetencji Rady CPT należy m.in. uchwalanie głównych kierunków działania w zakresie przewodnictwa tatrzańskiego oraz opracowywanie regulaminów i innych przepisów dotyczących przewodnictwa tatrzańskiego (§ 25 pkt 1 i 10 statutu). [dowód: k. 38-44]

Członkami CPT (dalej: „stowarzyszenia członkowskie”) są stowarzyszenia posiadające osobowość prawną:

- Stowarzyszenie Przewodników Tatrzańskich im. Klemensa Bachledy w Zakopanem,
 - Stowarzyszenie Międzynarodowych Przewodników Górskich „Lider”,
 - Polskie Stowarzyszenie Przewodników Wysokogórskich w Zakopanem,
- oraz koła i kluby przewodnickie działające w strukturach Polskiego Towarzystwa Turystyczno Krajoznawczego (dalej „PTTK”):
- Akademickie Koło Przewodników Tatrzańskich im. Zofii i Witolda H. Paryskich przy Oddziale PTTK w Krakowie,
 - Klub Przewodników Tatrzańskich PTTK przy TPN w Zakopanem,
 - Koło Przewodników Tatrzańskich im. Janusza Chmielowskiego przy Oddziale PTTK w Katowicach,
 - Koło Przewodników Tatrzańskich im. Macieja Sieczki przy Oddziale PTTK w Krakowie,
 - Koło Przewodników Tatrzańskich im. Tadeusza Szczerby przy Oddziale PTTK w Gliwicach,
 - Koło Przewodników Tatrzańskich im. Klimka Bachledy przy Oddziale Tatrzańskim PTTK w Zakopanem,

wyodrębnione w strukturach PTTK, stosownie do możliwości przewidzianych w jego statucie, zgodnie z którym zarząd oddziału PTTK może powoływać koła lub kluby, które są jednostkami organizacyjnymi oddziału (art. 71 statutu PTTK). Zadaniem koła jest organizacja

statutowej działalności turystycznej i krajoznawczej (art. 72 ust. 3 statutu PTTK), natomiast zadaniem klubu jest organizowanie i prowadzenie specjalistycznej działalności w określonej dziedzinie lub środowisku (art. 73 ust. 3 statutu PTTK). [dowód: k. 45]

Stowarzyszenia, kluby i koła członkowskie CPT zrzeszają łącznie 627 członków, w tym:

- Stowarzyszenie Przewodników Tatrzańskich im. Klemensa Bachledy w Zakopanem - 195,
- Stowarzyszenie Międzynarodowych Przewodników Górskich „Lider” - 80,
- Polskie Stowarzyszenie Przewodników Wysokogórskich w Zakopanem - 29,
- Akademickie Koło Przewodników Tatrzańskich im. Zofii i Witolda H. Paryskich przy Oddziale PTTK w Krakowie - 128,
- Klub Przewodników Tatrzańskich PTTK przy TPN w Zakopanem -54,
- Koło Przewodników Tatrzańskich im. Janusza Chmielowskiego przy Oddziale PTTK w Katowicach - 17,
- Koło Przewodników Tatrzańskich im. Macieja Sieczki w Krakowie - 80,
- Koło Przewodników Tatrzańskich im. Tadeusza Szczerby przy Oddziale PTTK w Gliwicach - 20,
- Koło Przewodników Tatrzańskich im. Klimka Bachledy przy Oddziale Tatrzańskim PTTK w Zakopanem - 24.

[dowód: k. 105]

Według informacji, będących w posiadaniu Ministra Sportu i Turystyki, stosownie do art. 28 ust. 6 *ustawy o usługach turystycznych*, 526 osób posiada uprawnienia przewodnika górskiego tatrzańskiego [dowód: k. 154]. Wśród przewodników mają miejsce przypadki przynależności do więcej niż jednego stowarzyszenia, a także - na zasadach określonych w statutach - dopuszczają one również członkostwo osób nie posiadających uprawnień (członkowie honorowi, wspierający, kandydujący), co wyjaśnia, dlaczego sumaryczna liczba członków poszczególnych stowarzyszeń jest wyższa, niż łączna liczba przewodników posiadających uprawnienia. Na potrzeby niniejszego postępowania nie zachodzi potrzeba dokonywania szczegółowych ustaleń w tym zakresie. Wyżej zestawione dane uprawdopodobniają jednak, że porozumienie objęło swym zasięgiem większość usługodawców oferujących swe usługi na rynku usług przewodników górskich tatrzańskich.

Sprawa cennika usług przewodnickich była przedmiotem posiedzenia Rady CPT w dniu 18 grudnia 2009 r. W posiedzeniu tym udział brali reprezentanci stowarzyszeń członkowskich:

- Stowarzyszenie Przewodników Tatrzańskich im. Klemensa Bachledy w Zakopanem - trzy osoby,
- Stowarzyszenie Międzynarodowych Przewodników Górskich „Lider” - jedna osoba,
- Polskie Stowarzyszenie Przewodników Wysokogórskich w Zakopanem - jedna osoba,
- Akademickie Koło Przewodników Tatrzańskich im. Zofii i Witolda H. Paryskich przy Oddziale PTTK w Krakowie - dwie osoby,
- Klub Przewodników Tatrzańskich PTTK przy TPN w Zakopanem - dwie osoby,
- Koło Przewodników Tatrzańskich im. Janusza Chmielowskiego przy Oddziale PTTK w Katowicach - jedna osoba,
- Koło Przewodników Tatrzańskich im. Macieja Sieczki w Krakowie - jedna osoba

[dowód: k. nr 65, 159]

W protokole z tego posiedzenia odnotowano, odnośnie punktu obrad dotyczącego cennika: „*W trakcie dyskusji stwierdzono, że obecne stawki (z 2009 roku) należy podwyższyć o 10-20 %, ceny wycieczek szkolnych nie obniżać. Wynikł tutaj problem z wycieczkami szkolnymi, które w tym przypadku nie będą miały żadnych promocji. Poruszono również*

problem ilości uczestników wycieczek w zależności od terenu i klasy przewodnika. Po dyskusji w sumie nie zajęto jednolitego stanowiska.” [dowód: k. 63].

Cennik został zatwierdzony na następnym posiedzeniu Rady CPT, w dniu 26 stycznia 2010 r. W posiedzeniu tym udział brali reprezentanci stowarzyszeń członkowskich:

- Stowarzyszenie Przewodników Tatrzańskich im. Klemensa Bachledy w Zakopanem - dwie osoby,
 - Stowarzyszenie Międzynarodowych Przewodników Górskich „Lider” - jedna osoba,
 - Akademickie Koło Przewodników Tatrzańskich im. Zofii i Witolda H. Paryskich przy Oddziale PTTK w Krakowie - dwie osoby,
 - Klub Przewodników Tatrzańskich PTTK przy TPN w Zakopanem - dwie osoby,
 - Koło Przewodników Tatrzańskich im. Janusza Chmielowskiego przy Oddziale PTTK w Katowicach - jedna osoba,
 - Koło Przewodników Tatrzańskich im. Macieja Sieczki w Krakowie - dwie osoby,
- [dowód: k. nr 67, 160]

W protokole z tego posiedzenia odnotowano „*Po krótkiej dyskusji zaakceptowano nowy cennik usług przewodnickich na 2010 rok. Cennik w załączeniu*”. [dowód: k. 66-67]

CENNIK USŁUG PRZEWODNICKICH 2010			
Poniższy cennik zawiera sugerowane minimalne ceny za usługi przewodnickie świadczone przez licencjonowanych przewodników tatrzańskich. Dla grup młodzieży szkolnej obowiązuje zniżka 15% od poniższych cen.			
lp.	Trasa	maksymalna liczba osób	cena w zł.
1.	ZAKOPANE I PODTATRZE do 4 godzin	do 50	300,00
2.	ZAKOPANE I PODTATRZE 4-8 godzin	do 50	500,00
3.	WYCIEZKI DOLINNE (do poziomu schronisk, z wyjątkiem Hali Gąsienicowej i Doliny Pięciu Stawów Polskich)	do 50	400,00
4.	ŁATWE WYCIEZKI GÓRSKIE (np. Grześ, trasy znakowane do Magistrali i Magistrala Tatrzańska)	do 35*	450,00
5.	WYCIEZKI GÓRSKIE (np. Kasprowy Wierch, Czerwone Wierchy, Wołowiec, Giewont, łatwiejsze szczyty i przełęcze Tatr Słowackich)	do 25*	550,00
6.	WYCIEZKI WYSOKOGÓRSKIE (np. Granaty, Świnica, Kościelec, Rysy z Morskiego Oka, trudniejsze szczyty i przełęcze Tatr Słowackich)	do 10*	600,00
7.	TRASY NIEZNAKOWANE + ORLA PERĆ (na odcinkach Skrajny Granat-Krzyżne, Zawrat-Kozi Wierch)	1-4*	600,00-1 100,00
8.	WYCIEZKI NARCIARSKIE	1-8*	600,00-1 100,00
ZIMA: przewodnik prowadzący wycieczki w warunkach zimowych może (w zależności od trasy i panujących warunków) ograniczyć liczbę uczestników oraz podwyższyć swoje wynagrodzenie. Szczególnie dotyczy to tras górskich i wysokogórskich			
DODATEK ZA PROWADZENIE W JĘZYKU OBCYM + 150 zł.			
ANULACJA WYCIEZKI: do 7 dni przed wycieczką bezpłatnie do 24 godzin przed wycieczką - 50 % stawki w dniu wycieczki - 70 % stawki			

* Podane liczby uczestników wycieczki są liczbami maksymalnymi, które przewodnik ze względów bezpieczeństwa może ograniczyć w zależności od trasy wycieczki i panujących warunków pogodowych.

[dowód: k. 68, 142]

Cennik ten był poprzedzony analogicznie skonstruowanym cennikiem na rok 2008 r, przyjętym na posiedzeniu Rady CPT w dniu 18 października 2007 r, w którym uczestniczyli reprezentanci stowarzyszeń członkowskich:

- Stowarzyszenie Przewodników Tatrzańskich im. Klemensa Bachledy w Zakopanem - dwie osoby,
- Stowarzyszenie Międzynarodowych Przewodników Górskich „Lider” - jedna osoba,
- Polskie Stowarzyszenie Przewodników Wysokogórskich w Zakopanem - jedna osoba,
- Akademickie Koło Przewodników Tatrzańskich im. Zofii i Witolda H. Paryskich przy Oddziale PTTK w Krakowie - dwie osoby,
- Klub Przewodników Tatrzańskich PTTK przy TPN w Zakopanem - dwie osoby,
- Koło Przewodników Tatrzańskich im. Janusza Chmielowskiego przy Oddziale PTTK w Katowicach - jedna osoba,
- Koło Przewodników Tatrzańskich im. Tadeusza Szczerby przy Oddziale PTTK w Gliwicach - jedna osoba.

[dowód: k. 61, 159]

W protokole z tego posiedzenia odnotowano: „*ad. pkt 1 - cennik usług przewodnickich - Projekty cenników przedstawili Koledzy K. Kulesza i M. Krupa. Dodatkowo wszyscy obecni zgłaszali swoje propozycje, jak i zastrzeżenia do przedstawionych projektów, jak i obecnie obowiązującego. Po burzliwej dyskusji ustalono priorytety, jak np. zniżki dla młodzieży cz uproszczenie stawek. Przyjęto cennik w załączeniu*”. [dowód: k. 59]

CENNIK USŁUG PRZEWODNICKICH 2008			
Poniższy cennik zawiera sugerowane minimalne ceny za usługi przewodnickie świadczone przez licencjonowanych przewodników tatrzańskich. Dla grup młodzieży szkolnej obowiązuje zniżka 15% od poniższych cen.			
lp.	trasa	maks liczba osób	cena w zł.
1.	ZAKOPANE I PODTATRZE do 4 godzin	do 50	250,00
2.	ZAKOPANE I PODTATRZE 4-8 godzin	do 50	450,00
3.	WYCIEZKI DOLINNE (do poziomu schronisk, z wyjątkiem Hali Gąsienicowej i Doliny Pięciu Stawów Polskich)	do 50	350,00
4.	ŁATWE WYCIEZKI GÓRSKIE (np. Grzeń, Kasprowy Wierch trasy znakowane do Magistrali i Magistrala Tatrzańska)	do 35*	400,00
5.	WYCIEZKI GÓRSKIE (np. Czerwone Wierchy, Wołowiec, Giewont, łatwiejsze szczyty i przełęcze Tatr Słowackich)	do 25*	450,00
6.	WYCIEZKI WYSOKOGÓRSKIE (np. Granaty, Świnica, Kościelec, Rysy z Morskiego Oka, trudniejsze szczyty i przełęcze Tatr Słowackich)	do 10*	500,00
7.	TRASY NIEZNAKOWANE + ORLA PERĆ (na odcinkach Skrajny Granat-Krzyżne, Zawrat-Kozi Wierch)	1-4*	500,00-1 000,00

8.	WYCIECZKI NARCIARSKIE	1-8*	500,00-1 000,00
ZIMA: przewodnik prowadzący wycieczki w warunkach zimowych może (w zależności od trasy i panujących warunków) ograniczyć liczbę uczestników oraz podwyższyć swoje wynagrodzenie. Szczególnie dotyczy to tras górskich i wysokogórskich			
DODATEK ZA PROWADZENIE W JĘZYKU OBCYM + 100 zł.			
ANULACJA WYCIECZKI: do 7 dni przed wycieczką bezpłatnie, do 24 godzin przed wycieczką - 50 % stawki w dniu wycieczki - 70 % stawki			
* Podane liczby uczestników wycieczki są liczbami maksymalnymi, które przewodnik ze względów bezpieczeństwa może ograniczyć w zależności od trasy wycieczki i panujących warunków pogodowych.			

[dowód: k. 62]

Cenniki usług przewodnicki zatwierdzone były przez Radę CPT od 2000 roku, przy czym cennik nie był zmieniany corocznie [dowód: k. 51-52]. W przypadku niepodjęcia decyzji o zmianie cennika na kolejny rok kalendarzowym, jako nadal obowiązujący traktowano cennik dotychczasowy. I tak cennik określony na rok 2005 obowiązywał w latach 2006-2007, a cennik na rok 2008 obowiązywał również roku 2009 [dowód: k. 37]. Rada CPT nie ustalała cennika na rok 2009 ani nie zajmowała się tą kwestią, przyjmując, że „cennik z rok 2008 automatycznie przeszedł na rok 2009” [dowód: k. 160].

Cennik usług przewodnickich na rok 2010 został opublikowany na stronie internetowej CPT, w lokalizacji:

http://www.przewodnik-tatrzański.pl/04_b.html [dowód: k. 142]

W toku postępowania antymonopolowego na głównej stronie internetowej CPT zlikwidowany został odnośnik prowadzący do cennika, niemniej cennik ten dalej jest dostępny w pierwotnej lokalizacji, jest również wykazywany w wynikach zwracanych przez wyszukiwarki internetowe w odpowiedzi na zapytania zawierające frazę „cennik usług przewodnickich”, lub podobne. Strona nie przedłożyła przy tym informacji świadczących o uchyleniu cennika przez Radę CPT oraz upowszechnieniu informacji o tym wśród przewodników tatrzańskich.

Na stronie internetowej CPT dostępne jest również zestawienie obrazujące jak kształtowały się historycznie zarobki przewodników:

http://www.przewodnik-tatrzański.pl/04_b_1.html [dowód: k. 143]

oraz informacja jak zamówić przewodnika oraz o strukturze organizacyjnej Centrum Przewodnictwa Tatrzańskiego i danych kontaktowych do stowarzyszeń członkowskich:

http://www.przewodnik-tatrzański.pl/04_a.html [dowód: k. 144]

http://www.przewodnik-tatrzański.pl/02_b.html [dowód: k. 145]

Informacja o uchwaleniu przez Radę CPT cennika była przekazywana poszczególnym stowarzyszeniom członkowskim przez delegatów, reprezentujących te stowarzyszenia na posiedzeniach Rady, którzy przekazywali te informacje w stowarzyszeniach. Zgodnie z wyjaśnieniami CPT: *”Obecni na Radzie CPT przedstawiciele poszczególnych kół umieszczali informacje na swojej stronie lub czekali na ukazanie się cennika sugerowanych cen usług przewodnickich na stronie CPT. Jeżeli była taka sytuacja (bodaj raz) nieobecny przedstawiciel, albo sam dzwonił i pytał, albo czekał na ukazanie się cennika sugerowanych cen usług przewodnickich na stronie CPT”* [dowód: k. 160]

Ilustruje to przykładowo informacja z przebiegu zebrania zarządu Akademickiego Koła Przewodników Tatrzańskich im. Zofii i Witolda Paryskich, w której odnotowano:

„3. Nowy cennik.

Kol. K. Kulesza poinformował, że Rada CPT uchwaliła podwyżkę cennika usług przewodnickich o ok 15%, z zachowaną zniżką dla młodzieży szkolnej. W toku dyskusji przeważały głosy że tego typu ważne dla środowiska rozstrzygnięcia muszą być każdorazowo wcześniej przedyskutowywane i zatwierdzane na poziomie zarządu każdego z Kół i dopiero potem głosowane na forum Rady CPT”

http://www.przewodnik-tatrzański.pl/akpt/spr/10_01_25.pdf [dowód: k. 117]

Komunikaty o zatwierdzeniu cennika oraz jego treść była podawana do publicznej wiadomości także poprzez zamieszczenie na stronach internetowych stowarzyszeń członkowskich, jak na przykład:

- komunikat zarządu nr 1/2010 z dnia 7 lutego 2010 r, Stowarzyszenie Przewodników Tatrzańskich im. Klemensa Bachledy w Zakopanem

http://www.przewodnictwo.org/index.php?option=com_content&view=article&id=68:komunikat-12010&catid=37:komunikaty&Itemid=75 [dowód: k. 128]

- cennik na rok 2009, Stowarzyszenie Przewodników Tatrzańskich im. Klemensa Bachledy w Zakopanem

http://www.przewodnictwo.org/index.php?option=com_content&view=article&id=53%3Acennik&catid=35%3Ao-spt&Itemid=1 [dowód: k. 129]

- cennik na rok 2010, Stowarzyszenie Przewodników Tatrzańskich im. Klemensa Bachledy w Zakopanem

http://www.przewodnictwo.org/index.php?option=com_content&view=article&id=69:cennik-usug-przewodnickich-na-rok-2010&catid=35:o-spt&Itemid=77 [dowód: k. 130]

- Klub Przewodników Tatrzańskich PTTK-TPN w Zakopanem (odnośnik do strony CPT)

<http://www.klub-przew.home.pl/> [dowód: k. 132]

Niektóre stowarzyszenia rozsyłają corocznie do swych członków przy użyciu poczty elektronicznej informację o uchwaleniu nowego cennika [dowód: k. 14], lub informację o przedłużeniu obowiązywania na kolejny rok dotychczasowego cennika. Tak np. Stowarzyszenie Przewodników Tatrzańskich im. Klemensa Bachledy w Zakopanem rozesłało w dniu 25 lutego 2011 r. do swych członków komunikat (wiadomość elektroniczna o rozdzielniku liczącym 147 adresów adresatów) dotyczący bieżącej działalności Stowarzyszenia, zawierający m.in. informację, wyodrębnioną jako osobny punkt komunikatu: „Sugerowany cennik usług przewodnickich na sezon 2011 nie ulega zmianie w stosunku do roku 2010.” [dowód: k. 163].

W efekcie cennik usług przewodnickich był również publikowany na stronach internetowych przewodników tatrzańskich, oferujących swe usługi w ramach prowadzonej przez nich działalności gospodarczej, poprzez zamieszczenie jego treści w całości, na przykład:

- Centrum Aktywnej Przygody, Bartek i Ewelina Zwijacz-Kozica

<http://www.przewodnikgory.pl/cennik.html> [dowód: k. 118-119]

- Tomkowa Grań, Tomasz Popiołek [dowód: k. 120-121]

<http://www.tomkowagran.pl/?strona,menu,pol,glowna,0,0,1414,cennik,ant.html>

- Usługi Przewodnickie, Danuta i Tomasz Wojciechowscy

<http://www.przewodnicy.hg.pl/cennik.html> [dowód: k. 125-127]

- Przewodnik Tatrzański, Ronald Szczygieł

<http://ronizakop.w.interia.pl/cennik.html> [dowód: k. 131]

- Przewodnik Górski, Marta Naglik

<http://naglik.przewodnicy.com.pl/articles.php?lng=pl&pg=585> [dowód: k. 134]

- Mediusz 2, Anna Kowalska

http://www.mediusz.pl/t_01_03.html [dowód: k. 135-136]

- Ludzie Gór, Artur Zwatrzko

<http://ludziegor.pl/index.php?page=cennik-przewodnictwo> [dowód: k. 138]

- Przewodnik Tatrzański, Jakub Dąbrowski

<http://przewodnik-tatrzański.com.pl/index.php?s=cennik> [dowód: k. 139]

- Przewodnik Tatrzański, Roman Płatkowski

<http://www.plarom.zafriko.pl/str/przewodnictwo/cennik> [dowód: k. 140]

- Zakopiańska Fundacja Narodowa „Skansen”

http://www.skansen-podhale.pl/zajawka.php?id_menu=12 [dowód: k. 141]

lub poprzez zamieszczenie informacji o stosowanym cenniku określonym przez CPT, wraz z odnośnikiem (hiperłączem) do cennika opublikowanego na stronie internetowej CPT, na przykład:

- Przewodnik Tatrzański, Jarosław Figiel

http://www.przewodnik-gorski.pl/index_pliki/Page303.htm [dowód: k. 124]

- Ajka, Joanna Widlarz-Popiołek

<http://www.ajka-guide.pl/przewodnictwo.htm> [dowód: k. 122-123]

-Tatra-Trek, Paweł Jan Tylek

<http://www.tatra-trek.com/> [dowód: k. 133]

Ustalono także, że miały miejsce sytuacje, w których przewodnicy, negocjując z potencjalnymi klientami ceny swoich usług, powoływali się na cennik ustalony przez CPT, podnosząc, że jest on dla nich wiążący i nie mają możliwości zaoferowania klientom niższej ceny. Takie zachowanie przewodników było przedmiotem skarg, skierowanych przez konsumenta do organu antymonopolowego oraz do Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie [dowód: k. 150].

Pismem z dn. 8 kwietnia 2011 r. strona postępowania została zawiadomiona o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz możliwości zapoznania się z nim.

Prezes Urzędu zważył co następuje.

interes publicznoprawny

Zgodnie z art. 1 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*: „ustawa określa warunki rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasady podejmowanej w interesie publicznym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów”. Tak określony cel *ustawy* pozwala przyjąć, iż ma ona charakter publiczny i służy ochronie interesu ogólnospołecznego. Powyższe przesądza o wyłączeniu możliwości podejmowania przez Prezesa Urzędu działań w celu ochrony interesów indywidualnych.

W świetle poglądów ustalonych w orzecznictwie: „interes publiczny w postępowaniu administracyjnym nie jest pojęciem jednolitym i stałym. W każdej sprawie winien być on ustalony i konkretyzowany. Organ administracji - Prezes Urzędu winien być w toku i przy wydawaniu decyzji rzecznikiem tego interesu, albowiem wynika to z jego zadań w strukturze administracji publicznej - art. 7 k.p.a.”¹ Podobnie Sąd Najwyższy stwierdził, iż „ustawa

¹ wyrok Sądu Antymonopolowego z dnia 4 lipca 2001 r., (sygn. akt XVII Ama 108/00).

antymonopolowa ma charakter publicznoprawny, zatem jej celem jest słuzenie interesom publicznym. Ingeruje, gdy w wyniku pewnych ogólnych zjawisk zagrożona jest sama instytucja konkurencji. Nie odnosi się do ochrony roszczeń indywidualnych.”

Interes publiczny należy bowiem utożsamiać z naruszeniem konkurencji lub wywołaniem (możliwością wywołania) na rynku innych niekorzystnych zjawisk. Zachowanie przedsiębiorców należy oceniać z punktu widzenia celów ustawodawstwa antymonopolowego, a mianowicie, gdy może ono wywołać skutki w postaci wpływu na ilość, jakość, cenę towarów lub zakres wyboru dostępny konsumentom lub innym nabywcom. Ochrona konkurencji, jako mechanizmu funkcjonowania gospodarki, dokonywana jest zatem ze względu na fakt, iż praktyki naruszające poszczególne przepisy ustawy, w szczególności zakaz zawierania porozumień ograniczających konkurencję, godzą w dobrobyt konsumenta i jako sprzeczne z naczelną funkcją ustawy powinny być surowo karane. Praktyką godzącą w ostateczności w dobrobyt konsumenta jest zawieranie porozumień ograniczających konkurencję cenową, co może prowadzić do podniesienia cen lub ograniczenia zakresu wyboru, z jakiego korzysta konsument.²

Niniejsze postępowanie dotyczy porozumienia ograniczającego konkurencję polegającego na ustaleniu sugerowanych cen minimalnych na poszczególne rodzaje usług świadczonych przez przewodników górskich tatrzańskich. Cennik opracowany został przez organ związku stowarzyszeń zrzeszającego stowarzyszenia osób prowadzących działalność przewodnicką. Cennik został zatem ustalony między osobami prowadzącymi wobec siebie, przynajmniej potencjalnie, konkurencyjną działalność gospodarczą.

U podstaw zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję leży postulat samodzielności rynkowej, z którego wynika zakaz nawiązywania wszelkich kontaktów, których celem lub skutkiem jest ograniczenie konkurencji na rynku właściwym. Ustalenie cen minimalnych, mające charakter horyzontalny (pomiędzy konkurentami) jest postacią typowego porozumienia cenowego, którego skutkiem jest ograniczenie konkurencji cenowej pomiędzy podmiotami działającymi na tym samym szczeblu obrotu. Stosowanie się przedsiębiorców do cennika minimalnego powoduje ograniczenie konkurencji cenowej pomiędzy konkurentami, którzy nie pobierają za swoje usługi cen niższych niż oznaczone w cenniku. Działania ograniczające powstanie lub rozwój konkurencji naruszają interes publiczny³.

Horyzontalne porozumienia cenowe zaliczają się do najcięższych naruszeń konkurencji, gdyż zazwyczaj wywołują niekorzystne działania na rynku, zniekształcając ten rynek, ograniczając albo eliminując na nim konkurencję. Działania te naruszają zatem interes ogólnospołeczny.⁴ Ustalenie pomiędzy konkurentami cen minimalnych może wpływać negatywnie na poziom cen funkcjonujących na rynku, w tym zwiększać koszty po stronie osób nabywających usługi uczestników porozumienia, a w ostatecznym rachunku godzi w dobrobyt konsumentów.

W związku z powyższym w niniejszej sprawie, w ocenie Prezesa Urzędu, zaistniały podstawy do podjęcia interwencji w interesie publicznym, uzasadnione nie tylko potrzebą wyeliminowania praktyki naruszającej przepisy *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, ale także skierowania jasnego sygnału do przedsiębiorcy przypominającego o obowiązywaniu zakazu określonego w art. 6 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

² wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 października 2008 r. (sygn. akt III SK 2/08).

³ wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 21 marca 2005 r. (sygn. akt XVII Ama 16/04).

⁴ wyrok Sądu Najwyższego z dnia 24 lipca 2003 r. (sygn. akt I CKN 496/01).

Niezależnie od powyższego, za wszczęciem postępowania przemawiają także względy prewencji ogólnej. Mimo wielu przeprowadzonych przez Prezesa Urzędu postępowań wobec przedsiębiorców zawierających porozumienia dotyczące ustalania cen sprzedaży towarów, w tym wobec związków przedsiębiorców, w ocenie Prezesa Urzędu, nadal brak po stronie profesjonalnych uczestników rynku wystarczającej świadomości, co do praktyk zakazanych na mocy *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

Centrum Przewodnictwa Tatrzańskiego jako przedsiębiorca

Zgodnie z art. 6 ust. 1 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, którego naruszenia dotyczy zarzut sformułowany w niniejszym postanowieniu, zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym, polegające w szczególności na ustalaniu, bezpośrednio lub pośrednio, cen i innych warunków zakupu lub sprzedaży towarów.

Stosownie do art. 4 pkt 5 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* przez porozumienia rozumie się m.in. uchwały lub inne akty związków przedsiębiorców lub ich organów. Ten rodzaj porozumienia może być stosowany wyłącznie przez związki przedsiębiorców, które nie koordynują własnych działań, lecz działania podmiotów trzecich – przedsiębiorców zrzeszonych w takim związku. Zgodnie z art. 4. pkt 1d w zw. z pkt 2 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, przez przedsiębiorcę rozumie się również związek przedsiębiorców - w tym izby, zrzeszenia i inne organizacje zrzeszające przedsiębiorców, jak również związki tych organizacji. W dotychczasowym orzecznictwie antymonopolowym jako związki przedsiębiorców potraktowano m.in. organizacje samorządu gospodarczego, organizacje samorządu zawodowego zrzeszające osoby reprezentujące określoną grupę zawodową, jak również inne zrzeszenia, które nie mają cech samorządu, przy czym związkami przedsiębiorców mogą być również zrzeszenia grupujące, obok przedsiębiorców, także osoby niemające takiego statusu.

W myśl art. 4 pkt 1 *ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej* przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Od strony funkcjonalnej przedsiębiorcą, o którym mowa w *ustawie o swobodzie działalności gospodarczej* cechuje zatem prowadzenie działalności gospodarczej. Wśród rodzajów działalności gospodarczej wyróżnia się działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową i poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopaliny ze złóż. O zaliczeniu do określonego rodzaju działalności rozstrzyga wymienienie danej aktywności w Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD). Szerokie ujęcie działalności usługowej zapewnia natomiast Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług (PKWiU).⁵

Działalność przewodników górskich sklasyfikowana jest w kategorii 93.19.Z wg PKD 2007 oraz w kategorii 93.19.13.0 wg PKWiU 2008. W przypadku przewodników świadczących te usługi zarobkowo, w sposób ciągły i zorganizowany, stanowi ona niewątpliwie działalność gospodarczą, a wykonujące ją osoby są przedsiębiorcami w rozumieniu *ustawy o swobodzie działalności gospodarczej*. Tym samym stowarzyszenia przewodników tatrzańskich zrzeszone w CPT stanowią organizacje przedsiębiorców, a CPT, jako związek tych organizacji, stanowi związek przedsiębiorców, a tym samym przedsiębiorcę, w rozumieniu art. 4 pkt 1d *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

⁵ por. G. Materna, „Pojęcie przedsiębiorcy w polskim i europejskim prawie ochrony konkurencji”, wyd. Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2009, s. 73.

rynek właściwy

Zgodnie z art. 6 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* zakazane jest zawieranie porozumień, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym. Porozumienia ograniczające konkurencję ujawniają się zatem na rynku właściwym. Stąd też dla poprawnej oceny zachowania uczestników niniejszego postępowania w kontekście zastosowania art. 6 ust. 1 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* konieczne jest zdefiniowanie rynku właściwego w niniejszej sprawie.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów definiuje (art. 4 pkt 9) rynek właściwy jako rynek towarów, które ze względu na ich przeznaczenie, cenę oraz właściwości, w tym jakość, są uznawane przez ich nabywców za substytuty oraz są oferowane na obszarze, na którym, ze względu na ich rodzaj i właściwości, istnienie barier dostępu do rynku, preferencje konsumentów, znaczące różnice cen i koszty transportu, panują zbliżone warunki konkurencji.

Rynek właściwy produktowo obejmuje wszystkie towary, które służą zaspokajaniu tych samych potrzeb nabywców, mają zbliżone właściwości, podobne ceny i reprezentują podobny poziom jakości. Pojęcie towarów obejmuje natomiast rzeczy, również energię, papiery wartościowe i inne prawa majątkowe, usługi, a także roboty budowlane (art. 4 pkt 7 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*).

Zgodnie z art. 3 pkt 7a *ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych* (t.j. Dz.U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268, ze zm.):

- przez usługi turystyczne rozumie się m.in. usługi przewodnickie (art. 3 pkt 1),
- przewodnikiem turystycznym jest osoba zawodowo oprowadzająca turystów lub odwiedzających po wybranych obszarach, miejscowościach i obiektach oraz, udzielająca o nich fachowej informacji oraz sprawująca nad turystami lub odwiedzającymi opiekę w zakresie wynikającym z umowy (art. 3 pkt 7a),
- przewodnikiem turystycznym może być osoba, która posiada uprawnienia określone *ustawą* (art. 20 ust. 1),
- jednym z rodzajów uprawnień przewodników turystycznych są uprawnienia przewodników górskich dla określonych obszarów górskich (art. 21 ust. 1 pkt 1).

Zgodnie z § 8 ust. 3 *rozporządzenia Ministra Gospodarki z dnia 17 stycznia 2006 r. w sprawie przewodników turystycznych i pilotów wycieczek* (Dz.U. Nr 15, poz. 104) uprawnienia przewodnika górskiego tatrzańskiego nadaje się na obszar Tatr oraz obszar Podtatrza obejmującego Spisz, Orawę, Podhale i Pieniny, ograniczony doliną rzeki Orawy, linią łączącą przełęcz Spytkowicką, Chabówkę i przełęcz Sieniawską, doliną rzeki Lepietnicy do jej ujścia do Czarnego Dunajca, a dalej do Dunajca, doliną rzeki Dunajec, przełęczą Krośnicką, rzeką Krośnicą do jej ujścia do Dunajca, rzeką Dunajec do ujścia rzeki Grajcarek, rzeką Grajcarek, potokiem Biała Woda, przełęczą Rozdziele. Obszar uprawnień obejmuje także drogę Jabłonka - Zubrzyca Górna (Orawski Park Etnograficzny).

Od strony produktowej rynkiem właściwym w sprawie będącej przedmiotem niniejszej decyzji jest rynek usług polegających na zawodowym oprowadzaniu turystów po obszarze Tatr i Podtatrza, czyli rynek usług przewodników górskich tatrzańskich. Obszar Tatr i Podtatrza wyznacza również wymiar geograficzny rynku świadczenia tych usług.

Zgodnie z art. 60¹ § 4 pkt 1 *ustawy z dnia 20 maja 1971 r. kodeks wykroczeń* (t.j. Dz.U. z 2010 r. Nr 46, poz. 275, ze zm.) „kto wykonuje bez wymaganych uprawnień zadania przewodnika turystycznego lub pilota wycieczek, podlega karze ograniczenia wolności albo

grzywny.” Usługa ta nie ma zatem substytutu, gdyż jej świadczenie jest prawnie zastrzeżone dla osób posiadających uprawnienia przewodnika górskiego tatrzańskiego.

Nadmienić przy tym należy, iż struktura rynku właściwego nie będzie miała dla oceny niniejszej sprawy zasadniczego znaczenia. Zgodnie z polskimi i wspólnotowymi przepisami dotyczącymi porozumień ograniczających konkurencję, porozumienia w zakresie ustalania cen, co do zasady, nie korzystają z żadnych wyłączeń spod zakazu. Są one niedozwolone niezależnie od wielkości udziału w rynku przedsiębiorców uczestniczących w porozumieniu.

forma porozumienia

Zgodnie z art. 4 pkt 5 w zw. z art. 6 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, porozumienia ograniczające konkurencję mogą przyjąć postać:

- umów zawieranych między przedsiębiorcami, między związkami przedsiębiorców oraz między przedsiębiorcami i ich związkami albo niektóre postanowienia tych umów,
- uzgodnień dokonanych w jakiegokolwiek formie przez dwóch lub więcej przedsiębiorców lub ich związki,
- uchwał lub innych aktów związków przedsiębiorców lub ich organów statutowych.

Do kategorii porozumień ograniczających konkurencję należą zatem m.in. wszelkie decyzje związków przedsiębiorców, skierowane bezpośrednio lub pośrednio do ich członków w celu wywołania określonego działania bądź zaniechania. Są to w szczególności statuty, uchwały i inne akty wewnętrzne, a także wytyczne bądź zalecenia o charakterze nieformalnym. Jako uchwały związku przedsiębiorców traktować należy wszelkie decyzje skierowane do członków związku, które mają dla nich charakter wiążący lub co najmniej *quasi*-wiążący (wiążący prawnie lub choćby tylko faktycznie).⁶ Wymaga jednak podkreślenia, iż do traktowania określonych aktów związków przedsiębiorców jako porozumienia nie jest konieczne nadanie im wiążącego charakteru. Kryteria porozumienia, o jakim mowa w art. 4 pkt 5 lit. c *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* spełniają zatem wszelkie – również niewiążące - rekomendacje, czy zalecenia.

Porozumienie ograniczające konkurencję może zatem przybrać także formę „innego aktu związku przedsiębiorców lub ich organów statutowych”. Z alternatywnej budowy powyższego przepisu wynika w sposób jednoznaczny, iż porozumienia mogą być zawierane w formie dowolnych aktów związku przedsiębiorców, niekoniecznie posiadających formę uchwały i niekoniecznie podjętej przez organy statutowe związku.

Powyższy pogląd nie budzi także wątpliwości w doktrynie i orzecznictwie. Brak formalnej uchwały związku nie wyłącza odpowiedzialności związku, albowiem porozumienie może być zawarte w formie aktu niewiążącego. Forma aktu związku oraz fakt, kto taki akt wydaje nie ma bowiem znaczenia i obok uchwał porozumienie może być zawarte w formie niewiążącej rekomendacji, okólników, dyrektywy, zalecenia.⁷

Podjęciu przez Radę CPT decyzji w sprawie ustalenia cennika usług przewodnickich na rok 2010 r. nie towarzyszyło zredagowanie dokumentu posiadającego formę uchwały, niemniej fakt podjęcia przez ten organ jednoznacznej decyzji o zatwierdzeniu jego treści, a następnie podania go do publicznej wiadomości, jest, w świetle dokonanych ustaleń, bezspornym. Akt ten zatem niewątpliwie wyczerpuje znamiona porozumienia, w rozumieniu art. 4 pkt 5 lit. c *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*.

⁶ T. Skoczny, W. Szpringer. Zakaz porozumień ograniczających konkurencję I, wpraw., Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 1996, s. 27.

⁷ K. Kohutek, M. Sieradzka. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz. LEX/el 2008, komentarz do art. 4 pkt 5.

treść porozumienia

W myśl art. 6 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym, polegające m.in. na ustalaniu bezpośrednio lub pośrednio cen sprzedaży towarów. W pierwszej kolejności rozważyć zatem należy, czy opracowany przez CPT cennik zawierający „sugerowane ceny minimalne za usługi przewodniczące” mógł doprowadzić do ograniczenia konkurencji cenowej na rynku właściwym.

Ceny są elementem umowy na ogół najsilniej oddziałującym na relacje konkurencyjne między przedsiębiorcami, a zarazem wpływającym na wybór ofert przez odbiorców. Konkurencja cenowa między przedsiębiorcami pozwala na utrzymywanie cen na poziomie możliwym do zaakceptowania przez konkurentów i ich kontrahentów, a zarazem wymusza na tych pierwszych wzrost efektywności i redukcję kosztów.⁸ Niedozwolone porozumienia ograniczające konkurencję powodują, że warunki sprzedaży towarów, w tym ceny, są mniej korzystne niż wynikałoby to z wolnorynkowej gry popytu i podaży, ze szkodą dla nabywców, a w ostateczności dla konsumentów.

Treścią porozumienia, zawartego w formie „aktu” związku stowarzyszeń przedsiębiorców, było opracowanie, ustalenie oraz opublikowanie sugerowanego cennika minimalnego za usługi przewodniczące. Cennik zaproponowany przez CPT szczegółowo określał poszczególne rodzaje usług przewodniczących, oraz ceny minimalne netto za te usługi, a także dodatkowe elementy wpływające na wysokość wynagrodzenia przewodnika.

W tym miejscu podkreślić należy, iż do wykazania faktu zawarcia porozumienia ograniczającego konkurencję wystarczy ustalenie, iż przedsiębiorcy wyrazili wspólną wolę, aby zachowywać się na rynku w określony sposób, w tym wyrazili wspólną intencję osiągnięcia określonego poziomu cen. Każdy bowiem przedsiębiorca powinien niezależnie określać swoje zachowanie na rynku. Przedsiębiorca nie może, jak miało to miejsce w niniejszym przypadku, podejmować kontaktów z innymi przedsiębiorcami, celem wpłynięcia na zachowania rynkowe jego aktualnych lub potencjalnych konkurentów. Przykładowo, samo uczestniczenie w spotkaniach, których przedmiotem jest wymiana informacji o cenach stosowanych przez konkurentów z intencją ustalenia, jakie ceny winny być stosowane na rynku, winno być traktowane jako zawarcie porozumienia ograniczającego konkurencję.⁹

Fakt określenia cennika jedynie jako „sugerowanego” nie wyklucza przypisania mu charakteru porozumienia ograniczającego konkurencję. Również uzgodnienia cenowe, które nie mają charakteru wiążącego lecz charakter ceny rekomendowanej, uznawane są za naruszające zakaz określony w art. 6 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, nawet jeżeli przedsiębiorcy nie zdecydowali się na ich wprowadzenie w praktyce. Przykładowo, fakt użycia przez izbę lekarsko-weterynaryjną sformułowania „proponujemy cenniki” oraz brak w ich treści zwrotów tak jednoznacznych, jak: „wprowadza się cennik usług”, „ustala się minimalne ceny usług” itp. nie wyłączył odpowiedzialności związku przedsiębiorców z tytułu naruszenia zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję.¹⁰

⁸ E. Modzelewska – Wąchal, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Wydawnictwo TWIGGER, Warszawa 2002, s. 71.

⁹ wyrok Sądu Pierwszej Instancji z 24 października 1991 w sprawie T-1/89, Rhone-Poulenc SA v. Komisja Europejska, ECR 1991, s. II-00867.

¹⁰ wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dn. 9 listopada 2006 r. (sygn. akt XVII Ama 68/05).

W przypadku porozumień horyzontalnych zawieranych między przedsiębiorcami działającymi na tym samym szczeblu obrotu rekomendacja cen winna być oceniana surowo, albowiem „z dużym prawdopodobieństwem można przyjąć, że celem przedsiębiorców jest ustalenie cen odsprzedaży o charakterze sztywnym lub minimalnym – nie wydaje się możliwe z punktu widzenia racjonalności prowadzenia działalności rynkowej, aby konkurenci byli w stanie wykazać brak antykonkurencyjnego celu lub skutku rzekomej rekomendacji cen.”¹¹ W związku z powyższym brak jest uzasadnienia dla stanowiska, zgodnie z którym opracowany przez CPT cennik nie naruszał przepisów ustawy, albowiem miał charakter cennika sugerowanego.

Praktyki związków przedsiębiorców analogiczne do praktyki analizowanej w niniejszej sprawie były przedmiotem wcześniejszych decyzji Prezesa Urzędu. Za praktyki ograniczające konkurencję uznane zostało m.in:

- określenie przez izby lekarsko-weterynaryjne wzorca optymalnych opłat za usługi weterynaryjne jako podstawy przy ustalaniu cen umownych, opracowanie cennika usług lekarsko-weterynaryjnych lub zatwierdzenie cennika cen sugerowanych za usługi weterynaryjne,¹²
- ustalenie przez Komisję Branży Motoryzacyjnej Izbę Rzemieślniczą oraz Małej i Średniej Przedsiębiorczości w Katowicach rekomendowanej, minimalnej stawki opłat za usługi lakiernicze, blacharskie i mechaniczne,¹³
- opracowanie i opublikowanie przez Klub Fotografii Prasowej przy Stowarzyszeniu Dziennikarzy Polskich cennika zawierającego sugerowane ceny minimalne za usługi fotoreporterskie.¹⁴

Porozumienie, polegające na opracowaniu i upublicznieniu cennika zawierającego „sugerowane ceny minimalne usług przewodnickich” miało charakter porozumienia ograniczającego konkurencję cenową, poprzez wskazanie poniżej jakich kwot przewodnicy nie powinni świadczyć swoich usług. Treść cennika nie wskazuje przy tym, że stosowanie zawartych w nim cen jest rekomendowane tylko przewodnikom zrzeszonym w stowarzyszeniach członkowskich CPT. Również pozostali przewodnicy mogą powoływać się na ten cennik uzgadniając wysokość swojego wynagrodzenia w negocjacjach z potencjalnymi klientami.

Tym samym porozumienie to stanowiło element niedopuszczalnej, z punktu widzenia prawidłowego funkcjonowania mechanizmów rynkowych, koordynacji pomiędzy przedsiębiorcami. Każdy przedsiębiorca powinien ustalać ceny za własne usługi na podstawie samodzielnie przeprowadzonego rachunku ekonomicznego w odniesieniu do kosztów własnych oraz kalkulowanego samodzielnie zysku.

Opracowanie natomiast przez CPT cennika nie znajduje ponadto oparcia w powszechnie obowiązujących przepisach. Nie uzasadnia go również podnoszona przez stronę okoliczność, że „cenniki zawierające sugerowane ceny podnoszą niezwykle istotny aspekt bezpieczeństwa, określając maksymalną liczbę osób, którą w zależności od skali trudności trasy może przewodnik poprowadzić”. Opracowywanie wytycznych, zaleceń, mających na uwadze bezpieczeństwo świadczenia usług przewodnickich nie wymaga ustalania sugerowanych cen minimalnych za te usługi.

¹¹Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz, red. C. Banasiński, E. Piontek, LexisNexis, Warszawa 2009, s. 201.

¹² np. decyzje: nr RPZ-10/2005 z dn. 6 kwietnia 2005 r, nr RLU-40/2004 z dn. 29 grudnia 2004 r, nr RŁO-9/2004 z dn. 14 października 2004 r.

¹³ decyzja nr RKT-27/2009 z dn. 15 września 2009 r.

¹⁴ decyzja nr RPZ-26/2010 z dn. 2 listopada 2010 r.

cel porozumienia

Dla stwierdzenia, iż w przedmiotowej sprawie doszło do naruszenia zakazu określonego w art. 6 ust. 1 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* konieczne jest w dalszej kolejności wykazanie, iż celem zawartego porozumienia lub jego skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku.

Cel porozumienia można określić jako wolę jego uczestników wyrażoną w treści określonego dokumentu, jak również to, czego strony porozumienia wyraźnie nie określiły w umowie, ale zamierzają osiągnąć. Dla określenia celu porozumienia podstawowe znaczenie ma obiektywny cel, a nie subiektywne wyobrażenia jego stron o zamiarach czy motywach działania. Cel porozumienia wypływa zatem z całokształtu albo przynajmniej z części postanowień umowy, przy czym dla jego oceny należy także uwzględnić okoliczności jego realizacji.¹⁵ Ponadto, nie ma znaczenia, czy cel w postaci ograniczenia konkurencji został osiągnięty, wystarczy wykazanie, że strony porozumienia stawiają sobie taki cel.

Antykonkurencyjny cel porozumienia istnieje obiektywnie, niezależnie od subiektywnego przekonania jego uczestników. „Nieumyślność” ograniczenia konkurencji nie chroni przy tym przedsiębiorców przed sankcjami wynikającymi z naruszenia zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję.

Wskazywanie przedsiębiorcom działającym na tym samym poziomie rynku (rzeczywistym lub potencjalnym konkurentom) cen, po jakich powinni świadczyć usługi jest wprost naruszeniem zakazu zawierania porozumień ograniczających konkurencję. Niedopuszczalne jest także określanie jakie ceny, stosowane przez konkurentów, są ogólnie uważane za ceny poniżej kosztów, albowiem takiej oceny powinien dokonywać samodzielnie każdy przedsiębiorca działający na rynku.

W związku z powyższym uznać należy, iż cel, do którego osiągnięcia zmierzało CPT miał charakter jawnie antykonkurencyjny, a opracowanie i opublikowanie cennika nie było uzasadnione innymi okolicznościami, które mogłyby pozostawać w zgodzie z przepisami *ustawy*.

skutek porozumienia

Gdy cel porozumienia zawartego w formie innego aktu związku przedsiębiorców sam w sobie jest antykonkurencyjny, a z takim przypadkiem mamy do czynienia w niniejszej sprawie, dla wykazania naruszenia przepisów *ustawy* nie ma potrzeby wykazywania antykonkurencyjnego skutku, a zatem związku przyczynowo-skutkowego pomiędzy antykonkurencyjnym aktem, a faktycznym zachowaniem członków związku.¹⁶ Wynika to z art. 6 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, w świetle którego, zakazane są porozumienia, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób konkurencji na rynku właściwym. Chodzi przy tym zarówno o skutki rzeczywiste, jak również te o charakterze potencjalnym.

Potencjalny antykonkurencyjny skutek porozumienia wynika z osłabienia konkurencji z powodu ujednoczenia cen usług i zaburza w ten sposób funkcjonowanie mechanizmu rynkowego. Narusza to interes publiczny chroniony na podstawie art. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, utrudniając rywalizację przedsiębiorców za pomocą cen (strona podaźowa rynku) oraz utrzymując wyższy niż w warunkach nieskrępowanej konkurencji poziom cen dla odbiorców usług (strona popytowa rynku). Zakwestionowane porozumienie

¹⁵ T. Skoczny, W. Szpringer, Zakaz porozumień ograniczających konkurencję I, Urząd Antymonopolowy, Warszawa 1996 r.

¹⁶ por. wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dn. 9 listopada 2006 (sygn. akt XVII Ama 68/05).

prowadzić mogło do ujednolicenia sposobu postępowania przedsiębiorców na rynku oraz w sposób istotny zmniejszała niepewność co do przebiegu procesów rynkowych i warunków działania konkurentów, która to niepewność jest podstawą działania mechanizmu konkurencji. Wynika to ze zwiększenia po stronie uczestników podażowej strony rynku zakresu informacji, jakie w normalnych warunkach pozostawałyby niedostępne. Prowadzić to może do sztucznego, ponadkonkurencyjnego podwyższenia stosowanych cen, ze szkodą nie tylko dla samego procesu konkurencji, ale także dla jego uczestników, w tym odbiorców usług przewodnickich. Określenie przez CPT cen minimalnych mogło zatem prowadzić do wyrównywania się poziomu cen poszczególnych przedsiębiorców niezależnie od ich kosztów własnych. W warunkach gospodarki rynkowej, każdy przedsiębiorca w sposób niezależny powinien podejmować decyzje o tym, po jakich cenach świadczyć zamierza oferowane usługi, w oparciu o ponoszone przez siebie koszty oraz spodziewany zysk.

Postępowanie antymonopolowe wykazało, że porozumienie będące jego przedmiotem, wywołało zmiany na rynku, które miało wywołać. Opracowany cennik był zamieszczany przez przewodników na stronach internetowych jako element ich oferty, a przewodnicy górscy tatrzańscy negocjując swoje wynagrodzenie z potencjalnymi nabywcami swoich usług powoływali się na stawki wynikające z cennika.

kara

Artykuł 106 ust. 1 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* stanowi, iż organ antymonopolowy może nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości nie większej, niż 10% przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, dopuścił się naruszenia zakazu określonego w art. 6 tej *ustawy*. Przychód rozumie się przy tym, stosownie do art. 4 pkt 15 *ustawy*, zgodnie z obowiązującymi przedsiębiorcę przepisami o podatku dochodowym. Natomiast w przypadku, gdy przedsiębiorca nie osiągnął przychodu w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, Prezes Urzędu, zgodnie z art. 106 ust. 4 *ustawy*, może ustalić karę pieniężną w wysokości do dwustukrotności przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia. Zgodnie z obwieszczeniem Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 19 stycznia 2011 r. przeciętne miesięczne wynagrodzenie w sektorze przedsiębiorstw w grudniu 2010 r. wyniosło 3 847,91 zł.¹⁷ Tym samym maksymalna kara jaka mogłaby być nałożona na przedsiębiorcę na podstawie art. 106 ust. 4 *ustawy* wynosi 769 582 zł.

W ocenie Prezesa Urzędu podstawę i granice ustalenia wysokości kary, nałożonej z tytułu naruszenia *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* stwierdzonego niniejszą decyzją, stanowi art. 106 ust. 4 *ustawy*, gdyż dochody uzyskiwane przez CPT przekazywane są w całości na cele statutowe tj. rozwijanie polskiego przewodnictwa oraz koordynowanie jego działalności, które zgodnie z art. 17 ust. 4a *ustawy z dnia 15 lutego 1992r. o podatku dochodowym od osób prawnych* (tj. Dz.U. z 2000 r. Nr 54, poz. 654 ze zm.) wolne są od podatku.¹⁸ Uzyskane w 2010 r. wpływy, zgodnie z oświadczeniem CPT, stanowiły składki członkowskie w wysokości 900,00 zł oraz wpłaty przewodników na pokrycie kosztu udziału w organizowanych dla nich szkoleniach z zakresu przewodnictwa górskiego, w wysokości 19 800,00 zł.

Kary pieniężne nakładane przez Prezesa Urzędu na podstawie przepisów art. 106 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* są karami fakultatywnymi. Organ antymonopolowy, wydając decyzję o nałożeniu kary pieniężnej, działa zatem w ramach

¹⁷ źródło: http://www.stat.gov.pl/gus/5840_11100_PLK_WAI.htm

¹⁸ por. decyzje: nr RLU-02/2010 z dn. 13 maja 2010 r., nr RWR-23/2009 z dn. 31 sierpnia 2009 r., nr RKT-09/2009 z dn. 21 kwietnia 2009 r.,

uznania administracyjnego, co oczywiście nie jest równoznaczne z dowolnością. W tym zakresie powinien on kierować się zasadą równości i proporcjonalności, jak również uwzględnić w szczególności okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów *ustawy*, a także uprzednie naruszenie przepisów *ustawy*. W orzecznictwie przyjmuje się nadto, iż kara za stosowanie praktyk antykonkurencyjnych powinna pozostawać we właściwej proporcji do potencjału ekonomicznego sprawcy oraz korzyści, jakie osiągnął lub zamierzał osiągnąć.¹⁹

W pkt I sentencji niniejszej decyzji stwierdzono naruszenie przez CPT zakazu, zawartego w art. 6 ust. 1 pkt 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, co uzasadnia nałożenie na ten podmiot kary pieniężnej. Podejmując decyzję o nałożeniu kary organ antymonopolowy uwzględnił wagę stwierdzonego w niniejszej decyzji naruszenia, które zaliczył do kategorii naruszeń poważnych. Takim naruszeniem jest bowiem ograniczenie konkurencji, polegające na zawarciu porozumienia mającego na celu ustalenie minimalnych cen pomiędzy konkurentami.

Podkreślenia wymaga, że naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* może nastąpić zarówno umyślnie (tj. wówczas, gdy dopuszczający się naruszenia miał taki zamiar), jak też i nieumyślnie (tj. wtedy, gdy przedsiębiorca nie miał na celu podejmowania działań sprzecznych z przepisami tej *ustawy*). Kara pieniężna - zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 1 *ustawy* - może zostać nałożona także w przypadku, gdy przedsiębiorca „*choćby nieumyślnie*” dopuścił się określonego jej przepisami zakazanego działania.

Okoliczności niniejszej sprawy wskazują, że strona, dopuszczając się stwierdzonego naruszenia mogła pozostawać w nieświadomości, że regulacje określone *ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów* mają zastosowanie również do podmiotów takich, jak CPT. Biorąc jednak pod uwagę charakter tej organizacji, w tym jej cel statutowy, jakim jest *rozwijanie polskiego przewodnictwa tatrzańskiego oraz koordynowanie jego działalności* bezspornym jest, że można zasadnie oczekiwać od CPT świadomości i znajomości regulacji, również antymonopolowych, wyznaczających ramy dozwolonych zachowań przewodników wykonujących swą działalność zarobkowo, oraz związków w których są oni skupieni. W ocenie organu antymonopolowego stwierdzone naruszenie wiąże się zatem z istnieniem po stronie CPT winy nieumyślnej. Jak podnosi się w doktrynie „nieusprawiedliwiona nieświadomość bezprawności naruszenia nie wyłącza możliwości zastosowania kary pieniężnej”²⁰.

Prezes Urzędu nakładając karę pieniężną wziął pod uwagę również długotrwałość praktyki, stosowanej od 2 000 roku, a także fakt, że porozumienie będące jej przedmiotem obejmowało zasięgiem swego oddziaływania, rzeczywistego lub potencjalnego, wysoki odsetek przedsiębiorców działających na rynku właściwym.

Ustalając wysokość kary wzięto pod uwagę niewielki potencjał ekonomiczny CPT, pozostający w związku ze specyfiką jego działalności, która nie jest nastawiona na prowadzenie działalności gospodarczej oraz realizowanie przychodów. W ocenie organu antymonopolowego kara pieniężna w wysokości 1 000,00 zł jest adekwatna do stopnia naruszenia przepisów *ustawy* i współmierna do możliwości finansowych CPT, a także odpowiada stopniowi zawinienia oraz przyczyni się do zapobieżenia stosowania podobnych naruszeń w przyszłości. Kara w tej wysokości stanowi zaledwie 0,13 % maksymalnej wysokości kary, jaka mogła by być w tym przypadku nałożona. W ocenie organu

¹⁹ tak: K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*. LEX/el 2008, komentarz do art. 111.

²⁰ „*Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*”, pr. zb. pod red. T. Skocznego, Wydawnictwo C.H.Beck, Warszawa 2009, str. 1630.

antymonopolowego kara pieniężna w niższej wysokości nie spełniłaby swojej funkcji represyjnej i prewencyjnej.

Wobec powyższego organ antymonopolowy orzekł, jak w pkt II. sentencji.

koszty postępowania

Zgodnie z art. 80 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* organ antymonopolowy rozstrzyga o kosztach, w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. Natomiast, stosownie do art. 77 ust. 1 tej *ustawy*, jeżeli w wyniku postępowania organ antymonopolowy stwierdził naruszenie jej przepisów, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania.

Postępowanie zakończone niniejszą decyzją zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku organ antymonopolowy stwierdził naruszenie przepisów ustawy antymonopolowej. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez organ antymonopolowy w toku przeprowadzonego postępowania antymonopolowego oraz postępowania wyjaśniającego, mającego na celu ustalenie zasad kształtowania przez CPT cen usług przewodnickich.

Mając powyższe na uwadze, organ antymonopolowy orzekł, jak w pkt III. sentencji.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, określoną w punkcie II. decyzji karę pieniężną należy uiścić, w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji, na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000

Koszty postępowania, określone w punkcie III. decyzji, należy uiścić w tym samym terminie i na to samo konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. - od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwóch tygodni od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie, pl. Szczepański 5, 31-011 Kraków. W przypadku zakwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach postępowania, zawartego w punkcie III. niniejszej decyzji - stosownie do treści art. 81 ust. 5 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów*, w związku z 479³² § 1 i 2 k.p.c. oraz art. 264 § 2 k.p.a. stronie przysługuje zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie tygodniowym od dnia doręczenia niniejszej decyzji, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Krakowie.

z upoważnienia Prezesa
Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
Marek Szarzyński
Zastępca Dyrektora Delegatury w Krakowie

otrzymują:

1. Centrum Przewodnictwa Tatrzańskiego
ul. Chałubińskiego 44, 34-500 Zakopane
adres do korespondencji:
Krzysztof Kulesza, Centrum Przewodnictwa Tatrzańskiego
ul. Miechowity 21/42, 31-475 Kraków
2. RKR a/a