



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

Poznań, 29 grudzień 2023 r.

RPZ.610.7.2022.TJ

DECYZJA nr RPZ 13/2023

- I. Na podstawie art. 28 ust. 1 i 2 w zw. z art. 24 ust. 1 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 praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w toku którego zostało uprawdopodobnione, że WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, polegające na:
1. odmowie anulowania wezwań do wniesienia opłaty dodatkowej za brak biletu uprawniającego do skorzystania z parkingów w różnych lokalizacjach w kraju, którymi zarządza WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni, w sytuacji, gdy reklamację złożył konsument, a składając reklamację dysponował biletami parkingowymi ważnymi w momencie wystawienia przez WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej, co może stanowić zachowanie sprzeczne z dobrymi obyczajami oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 ww. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
 2. rozpowszechnianiu na stronie internetowej weip.pl należącej do WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni, w stosowanych przez ww. spółkę regulaminach parkingu oraz na wystawianych „wezwaniami do wniesienia opłaty dodatkowej” informacji sugerującej, że konsument może złożyć reklamację dotyczącą „wezwaniami do wniesienia opłaty dodatkowej” jedynie na formularzu zamieszczonym na stronie internetowej należącej do WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni lub przez wysłanie listu na adres siedziby WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni, co może wprowadzać konsumentów w błąd w zakresie możliwości złożenia reklamacji tylko dwoma wskazanymi przez WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni kanałami, podczas gdy konsument ma prawo złożyć reklamację w dowolnej wybranej przez niego formie, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów,
 3. zamieszczaniu w regulaminach parkingów informacji, że w sytuacji nieuiszczenia opłaty parkingowej w wyznaczonym terminie konsument zostanie dodatkowo obciążony kosztami pozyskania danych właściciela pojazdu oraz kosztami

postępowania egzekucyjnego i windykacji, co może wprowadzać konsumenta w błąd, co do nieuchronności poniesienia takich opłat, co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, a w konsekwencji stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, o której mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów;

po zobowiązaniu się przez WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni do podjęcia działań zmierzających do zakończenia ww. naruszeń oraz usunięcia ich skutków, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakłada na WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni obowiązek wykonania - we wskazanych poniżej terminach - zobowiązania do:

A. zwrotu kwoty w wysokości równej wpłaconej opłacie dodatkowej konsumentom, którzy jej dokonali, ale jeszcze nie otrzymali zwrotu, bądź powstrzymania się od podejmowania dalszych czynności windykacyjnych lub egzekucyjnych wobec konsumentów, którzy:

- 1) otrzymali z tytułu braku posiadania ważnego biletu wezwanie do wniesienia opłaty dodatkowej po 1 stycznia 2020 r., pomimo faktu posiadania ważnego biletu z prawidłowym numerem rejestracyjnym pojazdu w trakcie wystawiania wezwania, niezależnie od tego, czy bilet znajdował się w pojeździe oraz czy złożyli reklamację,
- 2) otrzymali z tytułu braku posiadania ważnego biletu wezwanie do wniesienia opłaty dodatkowej po 1 stycznia 2020 r. na parking, na którym występował co najmniej jeden parkomat niepozwalający na wpisanie numeru rejestracyjnego pojazdu na bilecie parkingowym, a jednocześnie złożyli w terminie reklamację, w której przedstawili bilet parkingowy bez numeru rejestracyjnego pojazdu, który był ważny w momencie wystawienia wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej,

- ww. kwota będzie przekazana na konto, z którego została przekazana opłata dodatkowa lub na konto wskazane przez konsumenta.

Przekazanie środków oraz powstrzymanie się od podejmowania dalszych czynności windykacyjnych lub egzekucyjnych, będzie zrealizowane najpóźniej w ciągu 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji w odniesieniu do pkt. I.A.1. oraz najpóźniej w ciągu 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji w odniesieniu do pkt. I.A.2.

B. wprowadzenia procedury okresowej kontroli (minimum raz na 12 miesięcy), sprawdzającej, czy wystąpiły przypadki opisane w pkt. I.A.1 niniejszej decyzji. W razie wykrycia takiej sytuacji WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni zwróci kwotę w wysokości wpłaconej opłaty dodatkowej konsumentom, którzy jej dokonali, bądź powstrzyma się od podejmowania dalszych czynności windykacyjnych lub egzekucyjnych, w terminie 14 dni od wykrycia takiej sytuacji.

C. modyfikacji procedury rozpatrywania reklamacji od wezwań do wniesienia opłaty dodatkowej, w ten sposób, że:

- 1) w przypadku konsumentów, którzy zakupili za gotówkę bilet na parking, na którym występował co najmniej jeden parkomat niepozwalający na wpisanie numeru rejestracyjnego pojazdu na bilecie parkingowym, za dowód wystarczający do pozytywnego rozpatrzenia reklamacji wezwania z tytułu braku

posiadania ważnego biletu uznaje się także ważny w momencie wystawienia wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej bilet parkingowy pozbawiony numeru rejestracyjnego pojazdu,

- 2) w przypadku konsumentów, którzy korzystali z parkingów, na których istniała możliwość bezpłatnego postoju dla klientów określonego sklepu/restauracji po pobraniu biletu, za dowód wystarczający do pozytywnego rozpatrzenia reklamacji wezwania z tytułu braku posiadania ważnego biletu uznaje się także paragon lub potwierdzenie płatności kartą z danego sklepu/restauracji z godziną wydruku różną maksymalnie do 30 minut od godziny wystawienia wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej,
- 3) w przypadku konsumentów, którzy korzystali z parkingów, na których istniała możliwość bezpłatnego postoju dla klientów określonego sklepu/restauracji po pobraniu biletu, za dowód wystarczający do pozytywnego rozpatrzenia reklamacji wezwania z tytułu braku posiadania ważnego biletu uznaje się także ważny w momencie wystawienia wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej bilet parkingowy pozbawiony numeru rejestracyjnego pojazdu.

D. Usunięcia treści wprowadzających w błąd wymienionych w pkt. I.2 i I.3 sentencji decyzji:

- 1) w zakresie w jakim ww. treści są umieszczone na tablicach znajdujących się na parkingach w terminie 3 miesięcy od uprawomocnienia się decyzji,
- 2) w pozostałym zakresie w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

E. wysłania na własny koszt w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji do wszystkich konsumentów, którzy spełniają warunki z pkt. I.A.1 i złożyli reklamację oraz opłacili opłatę dodatkową, w sposób czytelny i zrozumiały komunikatu o treści:

Tytuł wiadomości: „Komunikat dla klientów WEIP sp. z o.o. - Decyzja UOKiK RPZ 13/2023”

„Szanowny Kliencie/ Szanowna Klientko,

zgodnie z ustaleniami wypracowanymi z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, które zostały potwierdzone decyzją Prezesa UOKiK nr RPZ 13/2023 z dnia 29 grudnia 2023 r. dotyczącą sposobu rozpatrywania przez Spółkę WEIP reklamacji związanych z wystawieniem wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej z uwagi na brak biletu parkingowego, przesyłamy informację o przyznaniu Panu/Pani zwrotu w wysokości równej opłacie dodatkowej, którą Pan/Pani wpłacił/ła, tj. [podać wysokość kwoty].

Ww. kwota zostanie przesłana na Pana/Pani rachunek, z którego przekazał/ła Pan/Pani środki. Jeśli Pan/Pani chce wskazać inne konto, na które WEIP sp. z o.o. ma przelać ww. kwotę, należy poinformować Spółkę WEIP o numerze konta wysyłając e-mail na adres rekompensata@weip.pl do dnia [wskazanie daty odpowiadającej terminowi miesiąca i 21 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK].

Przekazanie środków nastąpi najpóźniej do dnia [wskazanie daty odpowiadającej terminowi 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK].”

- Ww. komunikat powinien zostać wysłany w formie, w której konsument przesłał do WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni reklamację. Jeśli nie jest możliwe przekazanie odpowiedzi w formie tożsamej do formy złożenia reklamacji, to przekazanie komunikatu powinno nastąpić drogą e-mailową (na ostatni adres mailowy znany WEIP

sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni), przy czym, w sytuacji w której WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni nie posiada adresu e-mailowego konsumenta, doręczenie komunikatu powinno zostać wysłane listownie na adres korespondencyjny konsumenta (na ostatni znany WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni adres korespondencyjny konsumenta),

- Jeżeli powyższy komunikat będzie przesłany drogą elektroniczną, należy umieścić poniżej komunikatu link do opublikowanej na stronie uokik.gov.pl decyzji Prezesa UOKiK. Komunikat powinien być napisany czarną czcionką zwyczajowo stosowaną przez WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni w odpowiedziach na reklamacje nie mniejszą niż 12 pkt. na białym tle.

F. wysłania na własny koszt w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji do wszystkich konsumentów, którzy spełniają warunki z pkt. I.A.1 i złożyli reklamację oraz nie opłacili opłaty dodatkowej, w sposób czytelny i zrozumiały komunikatu o treści:

Tytuł wiadomości: „Komunikat dla klientów WEIP sp. z o.o. - Decyzja UOKiK RPZ 13/2023”

„Szanowny Kliencie/ Szanowna Klientko,

zgodnie z ustaleniami wypracowanymi z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, które zostały potwierdzone decyzją Prezesa Urzędu nr RPZ 13/2023 z dnia 29 grudnia 2023 r. dotyczącą sposobu rozpatrywania przez Spółkę WEIP reklamacji związanych z wystawieniem wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej z uwagi na brak biletu parkingowego i w związku ze skierowanym do Pana/Pani wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej, informujemy, że Spółka WEIP powstrzyma się od podejmowania dalszych czynności windykacyjnych lub egzekucyjnych. Tym samym Pan/Pani nie jest już zobowiązany/zobowiązana uiszczać żadnych należności na rzecz Spółki WEIP”.

- Ww. komunikat powinien zostać wysłany w formie, w której konsument przesłał do WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni reklamację. Jeśli nie jest możliwe przekazanie odpowiedzi w formie tożsamej do formy złożenia reklamacji, to przekazanie komunikatu powinno nastąpić drogą e-mailową (na ostatni adres mailowy znany WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni), przy czym, w sytuacji w której WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni nie posiada adresu e-mailowego konsumenta, doręczenie komunikatu powinno zostać wysłane listownie na adres korespondencyjny konsumenta (na ostatni znany WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni adres korespondencyjny konsumenta),
- Jeżeli powyższy komunikat będzie przesłany drogą elektroniczną, należy umieścić poniżej komunikatu link do opublikowanej na stronie uokik.gov.pl decyzji Prezesa UOKiK. Komunikat powinien być napisany czarną czcionką zwyczajowo stosowaną przez WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni w odpowiedziach na reklamacje nie mniejszą niż 12 pkt. na białym tle.

G. wysłania na własny koszt w terminie 2 miesięcy od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji do wszystkich konsumentów, którzy spełniają warunki z pkt. I.A.2 i opłacili opłatę dodatkową, w sposób czytelny i zrozumiały komunikatu o treści:

Tytuł wiadomości: „Komunikat dla klientów WEIP sp. z o.o. - Decyzja UOKiK RPZ 13/2023”

„Szanowny Kliencie/ Szanowna Klientko,

zgodnie z ustaleniami wypracowanymi z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, które zostały potwierdzone decyzją Prezesa Urzędu nr RPZ 13/2023 z dnia 29 grudnia 2023 r. dotyczącą sposobu rozpatrywania przez Spółkę WEIP reklamacji związanych z wystawieniem wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej z uwagi na brak biletu parkingowego, przesyłamy informację o przyznaniu Panu/Pani zwrotu w wysokości równej opłacie dodatkowej, którą Pan/Pani wpłacił/ła, tj. [podać wysokość kwoty].

Ww. kwota zostanie przesłana na Pana/Pani rachunek, z którego przekazał/ła Pan/Pani środki. Jeśli Pan/Pani chce wskazać inne konto, na które WEIP sp. z o.o. ma przelać ww. kwotę, należy poinformować Spółkę WEIP o numerze konta wysyłając e-mail na adres rekompensata@weip.pl do [wskazanie daty odpowiadającej terminowi 2 miesiące i 21 dni od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK].

Przekazanie środków nastąpi najpóźniej do dnia [wskazanie daty odpowiadającej terminowi 3 miesiące od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK].”

- Ww. komunikat powinien zostać wysłany w formie, w której konsument przesłał do WEIP sp. z o.o. reklamację. Jeśli nie jest możliwe przekazanie odpowiedzi w formie tożsamej do formy złożenia reklamacji, to przekazanie komunikatu powinno nastąpić drogą e-mailową (na ostatni adres mailowy znany WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni), przy czym, w sytuacji w której WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni nie posiada adresu e-mailowego konsumenta, doręczenie komunikatu powinno zostać wysłane listownie na adres korespondencyjny konsumenta (na ostatni znany WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni adres korespondencyjny konsumenta),
- Jeżeli powyższy komunikat będzie przesłany drogą elektroniczną, należy umieścić poniżej komunikatu link do opublikowanej na stronie uokik.gov.pl decyzji Prezesa UOKiK. Komunikat powinien być napisany czarną czcionką zwyczajowo stosowaną przez WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni w odpowiedziach na reklamacje nie mniejszą niż 12 pkt. na białym tle.

H. wysłania na własny koszt w terminie miesiąca od daty uprawomocnienia się niniejszej decyzji do wszystkich konsumentów, którzy spełniają warunki z pkt. I.A.2 i nie opłacili opłaty dodatkowej, w sposób czytelny i zrozumiały komunikatu o treści:

Tytuł wiadomości: „Komunikat dla klientów WEIP sp. z o.o. - Decyzja UOKiK RPZ 13/2023”

„Szanowny Kliencie/ Szanowna Klientko,

zgodnie z ustaleniami wypracowanymi z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, które zostały potwierdzone decyzją Prezesa Urzędu nr RPZ 13/2023 z dnia 29 grudnia 2023 r. dotyczącą sposobu rozpatrywania przez Spółkę WEIP reklamacji związanych z wystawieniem wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej z uwagi na brak biletu parkingowego i w związku ze skierowanym do Pana/Pani wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej, przesyłamy informację o tym, że Spółka WEIP powstrzyma się od podejmowania dalszych czynności windykacyjnych lub egzekucyjnych. Tym samym Pan/Pani nie jest już zobowiązany/zobowiązana uiszczać opłatę dodatkową na rzecz Spółki WEIP”.

- Ww. komunikat powinien zostać wysłany w formie, w której konsument przesłał do WEIP sp. z o.o. reklamację. Jeśli nie jest możliwe przekazanie odpowiedzi w formie tożsamej do formy złożenia reklamacji, to przekazanie komunikatu

powinno nastąpić drogą e-mailową (na ostatni adres mailowy znany WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni), przy czym, w sytuacji w której WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni nie posiada adresu e-mailowego konsumenta, doręczenie komunikatu powinno zostać wysłane listownie na adres korespondencyjny konsumenta (na ostatni znany WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni adres korespondencyjny konsumenta),

- Jeżeli powyższy komunikat będzie przesłany drogą elektroniczną, należy umieścić poniżej komunikatu link do opublikowanej na stronie uokik.gov.pl decyzji Prezesa UOKiK. Komunikat powinien być napisany czarną czcionką zwyczajowo stosowaną przez WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni w odpowiedziach na reklamacje nie mniejszą niż 12 pkt. na białym tle.

- I. zamieszczenia, na koszt WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni, na stronie internetowej WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni (w dacie wydania decyzji jest to strona: <https://weip.pl/>), nie później niż w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji oraz utrzymywania przez okres 3 miesięcy komunikatów o treści:

„Decyzja zobowiązująca Prezesa UOKiK nr RPZ 13/2023 dotycząca sposobu rozpatrywania reklamacji. Szczegóły tutaj” (dalej jako: „komunikat nr 1”)

odsyłającego do podstrony zawierającej następujący komunikat (dalej jako: „komunikat nr 2”):

„Szanowni Klienci,

zgodnie z ustaleniami wypracowanymi z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, które zostały potwierdzone decyzją Prezesa Urzędu nr RPZ 13/2023 z dnia 29 grudnia 2023 r. dotyczącą sposobu rozpatrywania przez Spółkę WEIP reklamacji związanych z wystawieniem wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej z uwagi na brak biletu parkingowego, informujemy o przyznaniu zwrotu osobom, które go jeszcze nie otrzymały w wysokości wpłaconej przez nich opłaty dodatkowej bądź zobowiązaniu do powstrzymania się od podejmowania dalszych czynności windykacyjnych lub egzekucyjnych, wobec dwóch grup konsumentów, tj. do tych, którzy:

- a) otrzymali z tytułu braku posiadania ważnego biletu wezwanie do wniesienia opłaty dodatkowej po 1 stycznia 2020 r., pomimo faktu posiadania ważnego biletu z prawidłowym numerem rejestracyjnym pojazdu w trakcie wystawiania wezwania, niezależnie od tego, czy bilet znajdował się w pojeździe oraz czy złożyli reklamację,
- b) otrzymali z tytułu braku posiadania ważnego biletu wezwanie do wniesienia opłaty dodatkowej po 1 stycznia 2020 r. na parkingu, na którym występował co najmniej jeden parkomat niepozwalający na wpisanie numeru rejestracyjnego pojazdu na bilecie parkingowym, a jednocześnie złożyli w terminie reklamację, w której przedstawili bilet parkingowy bez numeru rejestracyjnego pojazdu, który był ważny w momencie wystawienia wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej.

Prezes UOKiK w swojej decyzji uznał m.in. za uprawdopodobnione, że negatywne rozpatrywanie reklamacji, w których konsument przedłożył ważny bilet parkingowy bez numeru rejestracyjnego pojazdu (tj. bilet nie identyfikujący pojazdu, dla którego został wykupiony) może naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Równowartość wniesionej opłaty dodatkowej zostanie przesłana uprawnionym konsumentom automatycznie na konto, z którego dokonano wpłaty opłaty dodatkowej w terminie do dnia [wskazanie daty odpowiadającej terminowi 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji

Prezesa UOKiK] dla konsumentów wymienionych w lit. a oraz w terminie do dnia [wskazanie daty odpowiadającej terminowi 3 miesiące od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK] dla konsumentów wymienionych w lit. b. Uprawnieni konsumenci, którzy złożyli reklamację, będą poinformowani o fakcie przyznania zwrotu i możliwości wskazania innego konta, na które zostanie przelana należna kwota.

Wobec uprawnionych konsumentów, którzy nie wpłacili opłaty dodatkowej, Spółka WEIP powstrzyma się od podejmowania dalszych czynności windykacyjnych lub egzekucyjnych. Uprawnieni konsumenci, którzy złożyli reklamację, zostaną o tym fakcie poinformowani przez Spółkę.

Pełną treść decyzji RPZ 13/2023 można znaleźć na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów”

Powyższe komunikaty zostaną złożone w taki sposób, że:

- a) tekst powyższych komunikatów będzie wyjustowany oraz wpisany czarną czcionką (kod szesnastkowy RGB #000000) ARIAL na białym tle (kod szesnastkowy RGB #ffffff),
 - b) komunikat nr 1 zostanie zamieszczony w górnej części strony głównej strony internetowej WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni, bez możliwości zamknięcia informacji przez użytkownika (komunikat nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),
 - c) fragment komunikatu nr 1 „Szczegóły tutaj” będzie stanowił hiperłącze do komunikatu nr 2,
 - d) komunikat nr 2 zostanie zamieszczony na podstronie strony internetowej Spółki, komunikat ma być widoczny przez cały czas, gdy użytkownik jest na podstronie, chyba że zostanie ręcznie zamknięty przez użytkownika (komunikat nie może przybrać formy np. rotacyjnego banera czy slajdera),
 - e) wielkość czcionki powinna odpowiadać wielkości czcionki zwyczajowo używanej na ww. stronie internetowej, tekst umieszczony w ramce, o rozmiarze takim, aby była ona w całości wypełniona komunikatem nr 2, o którym mowa w niniejszym punkcie, z uwzględnieniem marginesu 2,5 cm z każdej strony,
 - f) fragment komunikatu o treści „na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów” powinien być zamieszczony w formie hiperłącza (linka) do niniejszej decyzji umieszczonej na stronie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów,
 - g) w przypadku zmiany nazwy WEIP Sp. z o.o., jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem WEIP Sp. z o.o. lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej,
 - h) w przypadku zmiany adresu strony internetowej, niniejsze zobowiązanie będzie odnosić się do strony internetowej funkcjonującej w czasie zamieszczenia przedmiotowych komunikatów na stronie internetowej WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni;
- J. zamieszczenia, na koszt WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni, na profilu WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni w portalu Facebook (w dacie wydania decyzji jest to strona: <https://www.facebook.com/WEIPspzoo/>), nie później niż w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji oraz utrzymywania przez okres 3 miesiące komunikatu o treści:

„Szanowni Klienci,

zgodnie z ustaleniami wypracowanymi z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, które zostały potwierdzone decyzją Prezesa Urzędu nr RPZ 13/2023 z dnia 29 grudnia 2023 r. dotyczącą sposobu rozpatrywania przez Spółkę WEIP reklamacji związanych z wystawieniem wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej z uwagi na brak biletu parkingowego, informujemy o przyznaniu zwrotu osobom, które go jeszcze nie otrzymały w wysokości wpłaconej przez nich opłaty dodatkowej bądź zobowiązaniu do powstrzymania się od podejmowania dalszych czynności windykacyjnych lub egzekucyjnych, wobec dwóch grup konsumentów, tj. do tych, którzy:

- a) otrzymali z tytułu braku posiadania ważnego biletu wezwanie do wniesienia opłaty dodatkowej po 1 stycznia 2020 r., pomimo faktu posiadania ważnego biletu z prawidłowym numerem rejestracyjnym pojazdu w trakcie wystawiania wezwania niezależnie od tego, czy bilet znajdował się w pojeździe oraz czy złożyli reklamację,
- b) otrzymali z tytułu braku posiadania ważnego biletu wezwanie do wniesienia opłaty dodatkowej po 1 stycznia 2020 r. na parkingu, na którym występował co najmniej jeden parkomat niepozwalający na wpisanie numeru rejestracyjnego pojazdu na bilecie parkingowym, a jednocześnie złożyli w terminie reklamację, w której przedstawili bilet parkingowy bez numeru rejestracyjnego pojazdu, który był ważny w momencie wystawienia wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej.

Prezes UOKiK w swojej decyzji uznał za uprawdopodobnione, że negatywne rozpatrywanie reklamacji, w których klient przedłożył ważny bilet parkingowy bez numeru rejestracyjnego pojazdu (tj. bilet nie identyfikujący pojazdu, dla którego został wykupiony) może naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Równowartość wniesionej opłaty dodatkowej zostanie przesłana uprawnionym konsumentom automatycznie na konto, z którego dokonano wpłaty opłaty dodatkowej w terminie do dnia [wskazanie daty odpowiadającej terminowi 2 miesiące od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK] dla konsumentów wymienionych w lit. a oraz w terminie do dnia [wskazanie daty odpowiadającej terminowi 3 miesiące od dnia uprawomocnienia się decyzji Prezesa UOKiK] dla konsumentów wymienionych w lit. b. Uprawnieni konsumenci, którzy złożyli reklamacje, będą poinformowani o fakcie przyznania zwrotu i możliwości wskazania innego konta, na które zostanie przelana należna kwota.

Wobec uprawnionych konsumentów, którzy nie wpłacili opłaty dodatkowej, Spółka WEIP powstrzyma się od podejmowania dalszych czynności windykacyjnych lub egzekucyjnych. Uprawnieni konsumenci, którzy złożyli reklamacje, zostaną o tym fakcie poinformowani przez Spółkę.”

- wskazany komunikat będzie dostępny w formie posta przypiętego do profilu WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni w portalu Facebook. Komunikat będzie napisany standardową, domyślną czcionką o wielkości zwyczajowo używanej do tworzenia komunikatów na wskazanym portalu społecznościowym. Na końcu komunikatu dodane zostaną znaczki internetowe w formie poniższych hashtagów: „#WEIP, #UOKiK, #decyzjaUOKiK”,
- ponadto Spółka umieści link do wydanej decyzji Prezesa UOKiK w komentarzu do tego posta. Komentarz z linkiem do decyzji zostanie utrzymany na tej stronie przez okres równy okresowi utrzymania posta. WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni powstrzyma się od wyłączenia możliwości dodawania komentarzy,

- w przypadku zmiany nazwy WEIP Sp. z o.o., jej przekształcenia lub przejścia praw i obowiązków na inny podmiot pod jakimkolwiek tytułem, publikacja zostanie zrealizowana odpowiednio przez lub za pośrednictwem WEIP Sp. z o.o. lub następcy prawnego, ze wskazaniem nazw dawnej i nowej,
 - w przypadku zmiany profilu WEIP Sp. z o.o. do czasu zakończenia realizacji obowiązku, komunikat zostanie opublikowany na innym polskojęzycznym profilu w serwisie Facebook prowadzonym przez WEIP Sp. z o.o.
- II. Na podstawie art. 28 ust. 3 w związku z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów **nakłada** na WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni **obowiązek złożenia informacji o stopniu realizacji przyjętych zobowiązań, o których mowa w pkt. I.A-I.J, poprzez przedłożenie:**
- danych dotyczących liczby klientów, którym przyznano zwrot wpłaconej opłaty dodatkowej, o której mowa w pkt I.A sentencji niniejszej decyzji oraz informacji o wysokości łącznie zwróconych konsumentom kwot (odrębnie dla grupy określonej w pkt I.A.1 i I.A.2 sentencji decyzji),
 - danych dotyczących liczby klientów, wobec których nie podjęto bądź wstrzymano czynności windykacyjne i egzekucyjne (odrębnie dla grupy określonej w pkt I.A.1 i I.A.2 sentencji decyzji),
 - danych dotyczących liczby klientów, którzy po uprawomocnieniu się niniejszej decyzji złożyli reklamacje od wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej w przypadkach opisanych w pkt. I.C.1 sentencji niniejszej decyzji wraz z informacją, ile z nich zostało rozpatrzonych pozytywnie,
 - danych dotyczących liczby klientów, którzy po uprawomocnieniu się niniejszej decyzji złożyli reklamacje od wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej w przypadkach opisanych w pkt. I.C.2 sentencji niniejszej decyzji wraz z informacją, ile z nich zostało rozpatrzonych pozytywnie,
 - danych dotyczących liczby klientów, którzy po uprawomocnieniu się niniejszej decyzji złożyli reklamacje od wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej w przypadkach opisanych w pkt. I.C.3 sentencji niniejszej decyzji wraz z informacją, ile z nich zostało rozpatrzonych pozytywnie,
 - zdjęć wszystkich regulaminów, oznaczeń umieszczonych na parkomatach, znaków z informacjami oraz stosowanych wzorów wezwań do wniesienia opłaty dodatkowej przekazywanymi przez WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni, które znajdują się na parkingach zarządzanych przez spółkę, po realizacji obowiązku określonego w pkt. I.D sentencji niniejszej decyzji,
 - dowodów potwierdzających wysłanie do konsumentów komunikatów określonych w pkt. I.E-I.H sentencji niniejszej decyzji wraz z danymi dotyczącymi liczby klientów, do których wysłano ww. komunikaty (odrębnie dla grup określonych w pkt. I.E, I.F, I.G, I.H sentencji niniejszej decyzji),
 - dowodów potwierdzających opublikowanie na stronie internetowej komunikatów określonych w pkt. I.I sentencji niniejszej decyzji,
 - dowodów potwierdzających opublikowanie na profilu WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni w portalu Facebook komunikatu określonego w pkt. I.J sentencji niniejszej decyzji,

- o danych dotyczących liczby klientów, którzy po uprawomocnieniu się niniejszej decyzji złożyli reklamacje dotyczące wykonania zobowiązań z pkt. I.A-I.J sentencji niniejszej decyzji wraz z informacją, ile z nich zostało rozpatrzonych pozytywnie.

w terminie 4 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (dalej: „Prezes Urzędu”, „Prezes UOKiK”), w związku z otrzymanymi od konsumentów sygnałami dotyczącymi praktyk stosowanych przez WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni (dalej: WEIP lub Spółka) wszczął postępowanie wyjaśniające mające na celu wstępne ustalenie, czy w związku z zarządzaniem parkingami przez WEIP oraz zasadami korzystania z tych parkingów nastąpiło naruszenie uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (sygn. akt: RPZ.403.11.2021.KB).

W celu dokonania ustaleń stanu faktycznego sprawy Prezes Urzędu wezwał Spółkę w toku prowadzonego postępowania do przekazania żądanych informacji, dokumentów oraz zdjęć oznaczeń używanych na parkingach, a także do przekazania stanowiska w sprawie.

Mając na uwadze dokonane na etapie postępowania wyjaśniającego ustalenia, Prezes Urzędu, postanowieniem z dnia 10 listopada 2022 r., wszczął z urzędu postępowanie w sprawie stosowania przez Spółkę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r., poz. 1689 ze zm.; dalej: „uokik”, „ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów”) określonych w pkt. I.1-I.3 sentencji niniejszej decyzji.

W odpowiedzi na przedstawione zarzuty Spółka zaproponowała nowe brzmienia treści regulaminów, wezwań do wniesienia opłaty dodatkowej oraz zakwestionowanej treści na stronie internetowej Spółki (<https://weip.pl/>) w zakresie dotyczącym pkt. I.2 i I.3 niniejszej decyzji. Odnosząc się do zarzutu opisanego w pkt. I.1 Spółka wskazała, że [informacja prawnie chroniona].

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 16 stycznia 2023 r., k. 366-377 akt sprawy¹)

Jednocześnie, w ww. piśmie, Spółka zaproponowała, że dokona przysporzenia konsumenckiego poprzez [informacja prawnie chroniona].

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 16 stycznia 2023 r., k. 367-374 akt sprawy; pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 15 lutego 2023 r., 840-843 akt sprawy)

W ramach prowadzonego postępowania - na skutek uwag Prezesa UOKiK - Spółka w dalszej korespondencji wprowadzała zmiany w treści propozycji zobowiązania. Ostateczną wersję propozycji zobowiązania uwzględniającą wszystkie zastrzeżenia Prezesa Urzędu Spółka przedstawiła w piśmie z 15 grudnia 2023 r.

W piśmie tym Spółka wniosła ostatecznie o wydanie decyzji w trybie art. 28 uokik zobowiązując się do podjęcia działań szczegółowo opisanych w sentencji decyzji.

(dowód: pismo Spółki z dnia 15 grudnia 2023 r., k. 1084-1092 akt sprawy)

Pismem z dnia 19 grudnia 2023 r. Spółka została zawiadomiona o zakończeniu zbierania materiału dowodowego oraz o możliwości zapoznania się z aktami sprawy. Spółka

¹ Spółka nie oznaczała części swoich pism datami ich sporządzenia. Z uwagi na powyższe pisma są oznaczone datą wpływu do Prezesa Urzędu.

nie skorzystała z przysługującego jej prawa.

Prezes Urzędu ustalił, co następuje:

WEIP sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni została wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego 20 stycznia 2017 r. pod nr 0000659476. Zgodnie z tym wpisem przedmiotem przeważającej działalności gospodarczej prowadzonej przez Spółkę jest działalność usługowa wspomagająca transport lądowy (PKD 52 21 Z).

(dowód: wydruk z KRS z dnia 20 października 2023 r., k. 1069-1071 akt sprawy)

Według informacji zamieszczonych na stronie internetowej należącej do Spółki, a działającej pod adresem www.weip.pl, podstawową działalnością WEIP jest zarządzanie parkingami komercyjnymi, prowadzonymi dla szpitali, centrów handlowych, portów, miast, gmin, powiatów, spółek państwowych, prywatnych firm, a nawet dla osób prywatnych.

(dowód: wydruk z strony www.weip.pl z dnia 17 października 2023 r., k. 1061-1063 akt sprawy)

WEIP zarządza obecnie [informacja prawnie chroniona] parkingami. Według stanu na dzień 15 listopada 2021 r. WEIP zarządzał [informacja prawnie chroniona] systemami parkingowymi znajdującymi się w lokalizacjach na terenie kraju. Były to parkingi znajdujące się na terenie gmin z województwa [informacja prawnie chroniona].

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 20 akt sprawy; pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 98-101 akt sprawy; pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 15 lutego 2023 r., k. 841 akt sprawy)

Oznakowanie parkingu oraz przekazanie konsumentom informacji o obowiązujących na nich zasadach parkowania wchodzi w zakres obowiązków [informacja prawnie chroniona].

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 20 akt sprawy)

Tablice informacyjne przy wjazdach na parkingi zawierają wskazanie, że parking jest płatny, a opłaty dokonuje się w parkomacie. Ponadto, na większości parkingów, na których występuje czasowy i warunkowy darmowy czas parkowania, znajdują się informacje o tym, że należy pobrać darmowy bilet z parkomatu i umieścić go za przednią szybą wewnątrz pojazdu.

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 29 akt sprawy; płyta CD-R zawierająca załączniki maili WEIP z 6 kwietnia 2022 r., k. 271 akt sprawy).

Oprócz tablic informacyjnych z najważniejszymi informacjami dotyczącymi parkowania, na każdym parkingu obok parkomatu umieszczana jest pełna treść regulaminu obowiązującego na danym parkingu.

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 30-33 akt sprawy; płyta CD-R zawierająca załączniki maili WEIP z 6 kwietnia 2022 r., k. 271 akt sprawy)

Aktualnie Spółka stosuje równolegle dwa wzory regulaminów parkingów. Jeden z nich stosowany jest od października 2018 r. i udostępniony konsumentom na tablicach na części

parkingów, na których Spółka najwcześniej zaczęła świadczyć usługi (tzw. „regulamin biały” - określenie używane przez Spółkę - dalej: „regulamin biały”). Na pozostałych parkingach, od kwietnia 2019 roku Spółka stosuje tzw. „regulamin grafitowy” (określenie używane przez Spółkę - dalej: „regulamin grafitowy”). Regulaminy stanowią integralną część umów zawieranych przez Spółkę z konsumentami.

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 20-28 akt sprawy)

Sposób rozpatrywania przez WEIP reklamacji dotyczących wezwań do wniesienia opłaty dodatkowej z uwagi na brak ważnego biletu

Z informacji przekazywanych przez konsumentów wynika, że WEIP odmawiała uwzględnienia reklamacji składanych przez konsumentów, którzy otrzymali wezwanie do wniesienia opłaty dodatkowej za brak ważnego biletu parkingowego (brak opłaty parkingowej), mimo tego, że konsumenci ci dysponowali ważnym biletem i możliwe było ustalenie, że dany konsument nie przekroczył czasu parkowania, w którym mógł korzystać z parkingu na podstawie wykupionego biletu lub biletu uprawniającego do darmowego czasu parkowania.

Zgodnie z § 7 regulaminu grafitowego: „Bilet parkingowy lub kartę abonamentową należy umieścić w widocznym miejscu za przednią szybą pojazdu, po lewej stronie, w sposób umożliwiający jego odczytanie w celu skontrolowania dopełnienia obowiązku wniesienia opłaty za postój”.

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 21 akt sprawy).

Z kolei zgodnie z § 8 regulaminu grafitowego: „W sytuacji stwierdzenia braku ważnego biletu parkingowego umieszczonego w widocznym miejscu za przednią szybą pojazdu w sposób umożliwiający jego odczytanie lub w przypadku nienależytego wykonania umowy najmu przez użytkownika pojazdu w sytuacjach opisanych w pkt. 2-7 niniejszego regulaminu WEIP SP. Z O.O. ma prawo naliczania opłaty dodatkowej w wysokości 240 zł, a dodatkowo w przypadku utrudniania ruchu, narażenia zdrowia ludzkiego lub wielokrotnego naruszania regulaminu może usunąć pojazd z terenu parkingu. Koszty usunięcia pojazdu, w tym koszty przechowania, ponosi jego właściciel [pisownia oryginalna]”.

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 21 akt sprawy).

W treści regulaminu białego znajdowały się przytoczone poniżej postanowienia:

„Użytkownik zobowiązany jest do uiszczenia opłaty z tytułu każdego zajętego miejsca parkingowego. Użytkownik zobowiązany jest do uiszczenia opłaty również w przypadku pozostawienia pojazdu na terenie Parkingu poza miejscem parkingowym” (§ II ust. 4 regulaminu).

„Niezwłocznie po wjeździe na Parking Użytkownik zobowiązany jest wykupić bilet parkingowy na cały przewidywany okres postoju. Wraz z końcem ważności biletu Użytkownik jest zobowiązany do wyjazdu z Parkingu, chyba że przed upływem ważności biletu dokonał zakupu biletu na dalszy czas postoju” (§ II ust. 6 regulaminu).

„Bilet Parkingowy należy umieścić w widocznym miejscu za przednią szybą pojazdu w sposób umożliwiający jego odczytanie w celu skontrolowania dopełnienia obowiązku wniesienia opłaty za postój” (§ II ust. 8 regulaminu).

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 21-24 akt sprawy).

wykazując przy tym, że w czasie, gdy wystawiono wezwanie do wniesienia opłaty dodatkowej, posiadali bilet uprawniający do korzystania z miejsca parkingowego w momencie wystawienia wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej. Reklamacje te nie były jednak uwzględniane przez WEIP. O powyższym mogą świadczyć następujące postępowania reklamacyjne:

1. Konsument 11 kwietnia 2021 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.
Konsument dysponował:
 - biletym parkingowym wystawionym 9 kwietnia 2021 r. o godzinie 13.18 uprawniającym do bezpłatnego parkowania przez 1 godzinę i 40 minut, tj. do godziny 15.00,
 - wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 9 kwietnia 2021 r. wystawionym o godzinie 13.19.
(dowód: płyta CD-R zawierająca załączniki maili WEIP z 6 kwietnia 2022 r., k. 271 akt sprawy).
2. Konsument 21 kwietnia 2021 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.
Konsument dysponował:
 - biletym parkingowym wystawionym 17 kwietnia 2021 r. o godzinie 8.54 uprawniającym do parkowania przez 36 minut, tj. do godziny 9.32,
 - wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 17 kwietnia 2021 r. wystawionym o godzinie 9.20.
(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 25 stycznia 2022 r., k. 212-230 akt sprawy).
3. Konsument 28 kwietnia 2021 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.
Konsument dysponował:
 - biletym parkingowym wystawionym 23 kwietnia 2021 r. o godzinie 12:54 uprawniającym do parkowania przez 1 godzinę i 55 minut, tj. do godziny 14.51,
 - wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 23 kwietnia 2021 r. wystawionym o godzinie 13.51.
(dowód: płyta CD-R zawierająca załączniki maili WEIP z 6 kwietnia 2022 r., k. 271 akt sprawy).
4. Konsument 26 maja 2021 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.
Konsument dysponował:
 - biletym parkingowym wystawionym 25 maja 2021 r. o godzinie 10:32 uprawniającym do parkowania przez 1 godzinę i 30 minut, tj. do godziny 12.04,
 - wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 25 maja 2021 r. wystawionym o godzinie 11.02.
(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 25 stycznia 2022 r., k. 231-249 akt sprawy).
5. Konsument 22 grudnia 2021 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.
Konsument dysponował:
 - biletym parkingowym wystawionym 18 grudnia 2021 r. o godzinie 10.01 uprawniającym do parkowania przez 1 godzinę, tj. do godziny 11.04,
 - wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 18 grudnia 2021 r. wystawionym o godzinie 10.06.
(dowód: korespondencja przekazana przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Elblągu, k. 281-288 akt sprawy).
6. Konsument 25 października 2022 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.
Konsument dysponował:

- bilet parkingowym wystawionym 22 października 2022 r. o godzinie 10.48 uprawniającym do parkowania przez 1 godzinę i 30 minut, tj. do godziny 12.21,
 - wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 22 października 2022 r. wystawionym o godzinie 11.07.
 - paragonem z dnia 22 października 2022 r. wystawionym o godz. 11:48 w sklepie znajdującym się przy parkingu,
(dowód: skarga konsumenta z dnia 26 października 2022 r. wraz z załącznikami, k. 300-304 akt sprawy).
- 7.** Konsument otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.
Konsument dysponował:
- bilet parkingowym wystawionym 5 września 2022 r. o godzinie 17.27 uprawniającym do parkowania przez 1 godzinę, tj. do godziny 18.30,
 - wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 5 września 2022 r. wystawionym o godzinie 17.55.
(dowód: skarga konsumenta z dnia 5 października 2022 r. wraz z załącznikami, k. 305-308 akt sprawy).
- 8.** Konsument 16 maja 2022 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.
Konsument dysponował:
- bilet parkingowym wystawionym 9 maja 2022 r. o godzinie 14.03 uprawniającym do parkowania przez 15 minut, tj. do godziny 14.21,
 - wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 9 maja 2022 r. wystawionym o godzinie 14.12.
(dowód: skarga konsumenta z dnia 25 maja 2022 r. wraz z załącznikami, k. 309-317 akt sprawy).
- 9.** Konsument otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.
Konsument dysponował:
- bilet parkingowym wystawionym 26 sierpnia 2022 r. o godzinie 11.08 uprawniającym do parkowania przez 1 godzinę, tj. do godziny 12.11,
 - wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 26 sierpnia 2022 r. wystawionym o godzinie 11.09.
(dowód: skarga konsumenta z dnia 19 września 2022 r. wraz z załącznikami, k. 318-320 akt sprawy).
- 10.** Konsument 9 listopada 2022 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.
Konsument dysponował:
- bilet parkingowym wystawionym 7 listopada 2022 r. o godzinie 14.21 uprawniającym do parkowania przez 2 godziny, tj. do godziny 16.24,
 - wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 7 listopada 2022 r. wystawionym o godzinie 14.31.
(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 kwietnia 2023 r., k. 887-898 akt sprawy).
- 11.** Konsument 7 września 2022 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.
Konsument dysponował:
- bilet parkingowym wystawionym 25 sierpnia 2022 r. o godzinie 13.06 uprawniającym do parkowania przez 1 godzinę, tj. do godziny 14.09,
 - wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 25 sierpnia 2022 r. wystawionym o godzinie 13.26,
 - paragonem z dnia 25 sierpnia 2022 r. wystawionym o godz. 13:40 w sklepie znajdującym się przy parkingu.
(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 kwietnia 2023 r., k. 912-

926 akt sprawy).

12. Konsument 21 listopada 2022 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.

Konsument dysponował:

- biletym parkingowym wystawionym 14 listopada 2022 r. o godzinie 15.35 uprawniającym do parkowania przez 1 godzinę, tj. do godziny 16.38,
- wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 14 listopada 2022 r. wystawionym o godzinie 15.42.
(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 kwietnia 2023 r., k. 927-937 akt sprawy).

13. Konsument 7 listopada 2022 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.

Konsument dysponował:

- biletym parkingowym wystawionym 4 listopada 2022 r. o godzinie 8.53 uprawniającym do parkowania przez 1 godzinę, tj. do godziny 9.56,
- wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 4 listopada 2022 r. wystawionym o godzinie 9.09.
(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 kwietnia 2023 r., k. 938-951 akt sprawy).

14. Konsument 2 września 2022 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.

Konsument dysponował:

- biletym parkingowym wystawionym 19 sierpnia 2022 r. o godzinie 16.08 uprawniającym do parkowania przez 1 godzinę, tj. do godziny 17.11,
- wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 19 sierpnia 2022 r. wystawionym o godzinie 16.15.
(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 kwietnia 2023 r., k. 952-964 akt sprawy).

15. Konsument 21 listopada 2022 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.

Konsument dysponował:

- biletym parkingowym wystawionym 12 listopada 2022 r. o godzinie 16.41 uprawniającym do parkowania przez 1 godzinę, tj. do godziny 17.44,
- wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 12 listopada 2022 r. wystawionym o godzinie 17:12.
(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 kwietnia 2023 r., k. 979-991 akt sprawy).

16. Konsument 26 stycznia 2023 r. otrzymał negatywną odpowiedź na reklamację.

Konsument dysponował:

- biletym parkingowym wystawionym 25 stycznia 2023 r. o godzinie 11.04 uprawniającym do parkowania przez 1 godzinę, tj. do godziny 12.07,
- wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej nr [informacja prawnie chroniona] z 25 stycznia 2023 r. wystawionym o godzinie 11:12.
(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 kwietnia 2023 r., k. 992-1006 akt sprawy).

Na reklamacje podobne do tych opisanych powyżej WEIP udzielał odpowiedzi zawierających następującą lub podobną treść:

Reklamacja została rozpatrzona negatywnie.

Dokumentacja fotograficzna, wykonana przez kontrolera w dniu kontroli, jasno wskazuje brak biletu parkingowego umieszczonego w widocznym miejscu na podszybia.

Poprzez wjazd na teren płatnego niestrzeżonego parkingu zawarł Pan z WEIP sp. z o.o. umowę o najem miejsca parkingowego na warunkach określonych w Regulaminie (podstawa prawna art. 69 oraz art. 384 § 2 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku Kodeks Cywilny Dz.U. Nr 16, poz. 93 ze zm.).

Regulamin jest umieszczony w widocznym miejscu na terenie parkingu, a także na stronie internetowej weip.pl .

Opisane przez Pana okoliczności nie stanowią podstawy do anulowania nałożonej opłaty dodatkowej. Do wniosku takiego jednoznacznie prowadzi treść regulaminu, z którego wynika, że: „W sytuacji stwierdzenia braku ważnego biletu parkingowego umieszczonego w widocznym miejscu za przednią szybą pojazdu w sposób umożliwiający jego odczytanie pracownik zarządcy lub osoba przez niego upoważniona pozostawia za wycieraczką pojazdu zawiadomienie o obowiązku uiszczenia opłaty dodatkowej w wysokości ryczałtowej 170 zł.”

Reasumując powyższe, należy dojść do przekonania, że złożone odwołanie nie zasługuje na uwzględnienie, zaś nałożenie opłaty dodatkowej było uzasadnione.

Co więcej, pragniemy powiadomić, że dalsze odwołania / odpowiedzi nie zawierające nowych okoliczności, które wpływałyby na zmianę decyzji, nie będą rozpatrywane.

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 25 stycznia 2022 r., k. 223 i 243; pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 kwietnia 2023 r., k. 962 akt sprawy).

Ze zgromadzonego materiału dowodowego wynika, że w gronie konsumentów, których reklamacje nie zostały uwzględnione znaleźli się zarówno ci, którzy pobrali bilet parkingowy i z różnych względów nie umieścili go w samochodzie (np. odruchowo włożyli go do kieszeni i poszli robić zakupy, nie zdążyli wrócić z pobranym biletem do samochodu przed wystawieniem wezwania), jak również ci, którzy wrócili do samochodu z biletem i umieścili go w aucie, lecz bilet ten z różnych powodów w czasie kontroli nie był widoczny za przednią szybą pojazdu (np. zsunął się na siedzenie lub podłogę samochodu). Ponadto z zebranych materiałów wynika, że Spółka pozytywnie rozpatruje reklamacje, jeśli [informacja prawnie chroniona].

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 173-175).

Informowanie o drogach składania reklamacji

Analiza strony internetowej WEIP oraz przekazanych przez Spółkę wyjaśnień dały podstawę do stwierdzenia, że Spółka informuje o sposobie składania reklamacji poprzez stronę internetową, regulaminy parkingów oraz wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej.

Na stronie internetowej Spółki www.weip.pl, w stopce strony w miejscu wskazania adresu e-mail do Spółki znajdowała się informacja o treści: „E-mail (nie służy do reklamacji)”². W piśmie, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 16 stycznia 2023 r, Spółka wskazała, że usunęła ww. informacje ze stopki strony internetowej.

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 16 stycznia 2023 r., k. 375 akt sprawy; wydruk strony www.weip.pl z serwisu Internet Archive na stan z dnia 18 maja 2022 r., k. 1064-1068 akt sprawy).

Podobną informację Spółka rozpowszechnia także w stosowanych regulaminach parkingów:

² <https://web.archive.org/web/20220518201327/https://weip.pl/>; dostęp: 19 października 2023 r. Archiwalna wersja strony internetowej weip.pl z dnia 18 maja 2022 r.

- pkt 13 regulaminu grafitowego: „Zapytania, skargi i reklamacje można składać poprzez stronę www.weip.pl lub w formie listownej na adres WEIP sp. z o.o., ul. Długa 21, 81-622 Gdynia”

- pkt I ust. 11 regulaminu białego: „Zapytania, skargi i reklamacje można składać zgodnie z informacjami kontaktowymi podanymi na automacie bądź poprzez stronę internetową www.weip.pl”.

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 20-24 akt sprawy).

Na wystawianych przez WEIP wezwaniach do wniesienia opłaty dodatkowej rozpowszechniana była z kolei informacja o następującej treści: „Reklamacje można składać tylko w formie pisemnej; za pomocą formularza reklamacyjnego znajdującego się na stronie internetowej weip.pl/kontakt lub listownie w ciągu 10 dni od daty wystawienia niniejszego wezwania do opłaty dodatkowej”.

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 35 akt sprawy)

W piśmie, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 16 stycznia 2023 r. Spółka wskazała, że zmieniła treść informacji o sposobie składania reklamacji w wezwaniach do wniesienia opłaty dodatkowej na informację o treści:

„Reklamacje można składać zgodnie z regulaminem parkingu, w szczególności za pomocą formularza reklamacyjnego znajdującego się na stronie internetowej weip.pl/kontakt w ciągu 10 dni od daty wystawienia niniejszego wezwania do opłaty dodatkowej”.

Z posiadanych przez Prezesa Urzędu wezwań do wniesienia opłaty dodatkowej wynika, że zmiana ta obowiązywała, co najmniej, od ostatniego kwartału 2022 roku.

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 16 stycznia 2023 r., k. 375 akt sprawy; pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 kwietnia 2023 r., k. 899 akt sprawy)

Aktualnie WEIP jedynie w swoich regulaminach (dostępnych na tablicach znajdujących się na parkingach) oraz na informacjach umieszczonych na parkometrach wskazuje na możliwość składania reklamacji tylko przez dwa kanały komunikacji, tj. poprzez formularz dostępny na stronie internetowej WEIP lub listownie na adres Spółki.

Informowanie o zasadach obciążenia konsumenta kosztami pozyskania danych właściciela pojazdu oraz kosztami postępowania egzekucyjnego i windykacji

Analiza przekazanych przez Spółkę informacji i dokumentów wykazała również, że Spółka przekazuje w regulaminach parkingów informacje o zasadach obciążenia konsumenta kosztami pozyskania danych właściciela pojazdu oraz kosztami postępowania egzekucyjnego i windykacji.

W § 9 regulaminu grafitowego znajduje się postanowienie o następującej treści:

„W przypadku nieuiszczenia opłaty dodatkowej w przeciągu 2 tygodni od daty jej naliczenia WEIP SP Z O.O. będzie dochodził zapłaty na drodze postępowania egzekucyjnego. Użytkownik parkingu zostanie dodatkowo obciążony kosztami pozyskania danych właściciela pojazdu z CEPIK w wysokości przewidzianej w §3 ust. 1 rozporządzenia Ministra Spraw Wewnętrznych z dnia 9.11.2015r. w sprawie centralnej ewidencji pojazdów (Dz.U. z 2017r., poz. 478), a także kosztami postępowania sądowego i egzekucyjnego”.

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 21

akt sprawy)

W § II ust. 10 regulaminu białego znajduje się postanowienie o następującej treści:

„W przypadku nieuiszczenia opłaty dodatkowej w przeciągu 2 tygodni od daty jej naliczenia Zarządca będzie dochodził zapłaty na drodze postępowania egzekucyjnego. Użytkownik parkingu zostanie dodatkowo obciążony kosztami pozyskania danych właściciela pojazdu z CEPIK w wysokości przewidzianej w §3 ust. 1 rozporządzenia Ministra Spraw Wewnętrznych z dnia 9.11.2015r. w sprawie centralnej ewidencji pojazdów (Dz.U. z 2017r., poz. 478), a także kosztami postępowania sądowego i egzekucyjnego”.

(dowód: pismo Spółki, które wpłynęło do Prezesa Urzędu 28 grudnia 2021 r., k. 22-24 akt sprawy)

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Naruszenie interesu publicznego

Stosownie do art. 1 ust. 1 uokik, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana jest w ramach działań Prezesa Urzędu w interesie publicznym. Ingerencja Prezesa Urzędu ma na celu ochronę interesów zbiorowości, a nie wprost poszczególnych, indywidualnych uczestników rynku. Naruszenie interesu publicznego stanowi bezwzględny warunek uznania kompetencji Prezesa Urzędu do rozstrzygnięcia określonej sprawy. Interes publiczny zostaje naruszony wówczas, gdy działania przedsiębiorcy godzą w interesy ogólnospołeczne i dotycząją szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W ocenie Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny. Wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli lub mogli stać się klientami Spółki. Działania Spółki nie dotyczą więc interesów poszczególnych osób, których sprawy miałyby charakter jednostkowy, indywidualny i nie dający się porównać z innymi, ale szerszego kręgu konsumentów, kontrahentów Spółki, których sytuacja jest identyczna. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieje więc możliwość poddania zachowania Spółki dalszej ocenie pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Przesłanki stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

Art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Jednocześnie, zgodnie z art. 24 ust. 2 uokik, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy godzące w zbiorowe interesy konsumentów.

W związku z powyższym, dla uznania działania przedsiębiorcy za niezgodne z zawartym w art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów należy wykazać, że spełnione zostały łącznie trzy następujące przesłanki:

- 1) kwestionowane zachowania są działaniami przedsiębiorcy,
- 2) zachowania te są sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami,
- 3) zachowania te naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

Wskazać także należy, że art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że 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 ww. ustawy lub będących podstawą wszczęcia postępowania – że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, 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 takich zobowiązań. W przypadku gdy przedsiębiorca zaprzestał naruszania zakazu, o którym mowa w art. 24 uokik oraz zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

W związku z powyższym, dla zastosowania art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zachodzi w niniejszej sprawie konieczność uprawdopodobnienia naruszenia przez WEIP zakazu określonego w art. 24 ww. ustawy. Uprawdopodobnienie w omawianym przypadku oznacza, że Prezes Urzędu odstępuje od udowodnienia określonych faktów. Wydanie decyzji zobowiązującej nie wymaga bowiem udowodnienia stosowania przez Spółkę zarzucanych jej praktyk. Wystarczające jest jedynie ustalenie z dużą dozą prawdopodobieństwa, iż zarzucane praktyki miały miejsce.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 pkt 1) ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów pod pojęciem przedsiębiorcy należy rozumieć m.in. przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 6 marca 2018 r. - Prawo przedsiębiorców (Dz. U. 2023 r. poz. 221 ze zm., dalej: „Prawo przedsiębiorców”). Stosownie do art. 4 ust. 1 Prawa przedsiębiorców przedsiębiorcą jest m.in. osoba prawna wykonująca działalność gospodarczą.

W przedmiotowej sprawie stroną postępowania jest przedsiębiorca, prowadzący we własnym imieniu działalność gospodarczą w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, będący osobą prawną wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000659476. Tym samym WEIP przy wykonywaniu działalności gospodarczej polegającej na zarządzaniu parkingami podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, a jego działania mogą podlegać ocenie w aspekcie możliwości naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Uprawdopodobnienie sprzeczności z prawem praktyki określonej w pkt I.1 sentencji niniejszej decyzji

Na gruncie art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów sankcjonowane jest zachowanie przedsiębiorcy sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Sprzeczność z prawem działania lub zaniechania danego przedsiębiorcy może być ujmowana jako zachowanie niezgodne z obowiązującymi przepisami prawa stanowionego. Dobre obyczaje natomiast pozostają klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji w okolicznościach danego stanu faktycznego. Naruszenie przez przedsiębiorcę przepisów prawa stanowionego lub dobrych obyczajów jest jednocześnie wyrazem naruszenia obowiązującego porządku prawnego, który obejmuje zarówno nakazy oraz zakazy wynikające z norm prawa powszechnie obowiązującego, jak i nakazy oraz zakazy wynikające z zasad współżycia społecznego oraz dobrych obyczajów. Rozważenia przy ocenie sprzeczności wymaga zatem kwestia, czy zachowanie przedsiębiorcy było zgodne czy też niezgodne z obowiązującymi zasadami porządku prawnego lub dobrymi obyczajami.

Pojęcie dobrych obyczajów nie jest w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak zasady współżycia społecznego, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań doktryny. Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone

zwyczaje w ujęciu etyczno-moralnym, a na ich treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne stanowiące uzupełnienie porządku prawnego.

Dobre obyczaje pozostają jednak klauzulą generalną, która podlega konkretyzacji w okolicznościach danego stanu faktycznego. Zgodnie z poglądem doktryny, sprzeczne z dobrymi obyczajami są działania, które zmierzają do wykorzystania niewiedzy lub naiwności konsumenta, czyli takie działania, które potocznie określane są jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania³. W relacjach przedsiębiorców z konsumentami, istota zachowań zgodnych z dobrymi obyczajami została przedstawiona i wielokrotnie interpretowana w judykaturze. Zgodnie z wypracowanym w orzecznictwie stanowiskiem „istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko rozumiany szacunek dla człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się we właściwym informowaniu o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniem uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniem partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, także wykorzystania jego niewiedzy i naiwności”⁴.

Analizując przesłankę dobrych obyczajów w okolicznościach niniejszej sprawy należy wskazać, że systemy parkingowe są wprowadzane po to, aby zapewnić miejsca parkingowe klientom okolicznych lokali handlowych i usługowych przez czas, jaki jest im potrzebny na zrobienie zakupów lub załatwienie innych spraw w ww. lokalach. Pobranie biletu parkingowego przez klienta ma służyć ustaleniu momentu, w którym zaparkował i od którego rozpoczyna się bieg czasu korzystania z miejsca postojowego, co jest istotne, ponieważ wyznacza koniec czasu, w którym konsument jest uprawiony do parkowania. Natomiast umieszczenie biletu parkingowego za przednią szybą pojazdu w miejscu dobrze widocznym w sposób umożliwiający jego odczytanie jest czynnością techniczną, która ma umożliwić kontrolerowi ustalenie dopuszczalnego czasu postoju danego pojazdu. Klient parkingu, który nie wykona tej czynności, powinien liczyć się z otrzymaniem wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej. Konsument może jednak zakwestionować to wezwanie zgodnie z umieszczonym w nim pouczeniem. Z zebranego materiału dowodowego wynika jednak, że mimo, iż dysponuje on biletem parkingowym, może nie uzyskać anulowania opłaty dodatkowej.

Wezwanie niejednokrotnie było wystawiane po godzinie rozpoczęcia parkowania wskazanej na bilecie parkingowym pobranym przez konsumenta (godzinie wydrukowania biletu), a przed upływem opłaconego czasu parkowania (również wskazanego na bilecie). Istotne jest to, że konsumenci byli w stanie wykazać, że dysponują biletem parkingowym, który był ważny w czasie wystawienia wezwania.

Trudno zaakceptować sytuację, w której WEIP odmówiło pozytywnego rozpatrzenia reklamacji wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej, do której konsument dołączył dokumenty pozwalające na ustalenie chronologii zdarzeń i dojście do wniosku, że konsument po zaparkowaniu samochodu zakupił bilet parkingowy, a w czasie, gdy przebywał z dala od samochodu, wystawiono mu wezwanie, chociaż nie upłynął jeszcze dopuszczalny czas parkowania.

Jakkolwiek kontroler WEIP z powodu braku (z różnych przyczyn) biletu w widocznym miejscu w zaparkowanym pojeździe nie mógł zweryfikować czasu parkowania, to Spółka mogła

³ K. Pietrzykowski (red.), Kodeks cywilny. Komentarz, Warszawa 2002 r., str. 804.

⁴ Wyrok SOKiK z dnia 23 lutego 2006 r., sygn. akt XVII Ama 118/04.

to zrobić bez trudu w toku postępowania reklamacyjnego w oparciu o dowody dostarczone przez konsumenta, a także będące w jej posiadaniu. Odmowę anulowania wezwania wystawionego przed upływem dopuszczalnego czasu płatnego parkowania można uznać za naruszającą dobre obyczaje rozumiane jako uczciwe i rzetelne traktowanie konsumentów korzystających z przeznaczonych dla nich usług, którymi w okolicznościach sprawy są usługi parkingowe.

Odmowa uwzględnienia reklamacji składanych przez konsumentów, którzy skorzystali z przeznaczonego dla nich parkingu, pobrali bilet parkingowy i byli w stanie to udowodnić (dysponowali biletem parkingowym), a wezwanie do wniesienia opłaty dodatkowej zostało wystawione przed upływem dopuszczalnego czasu parkowania budzi wątpliwości.

Podstawą do poboru opłaty dodatkowej staje się bowiem nie tyle obiektywny brak biletu parkingowego lub przekroczenie czasu parkowania, ale domniemanie, że konsument dokonał nadużycia, bezpłatnie korzystając z miejsca postojowego, wysnute na podstawie okoliczności umieszczenia bądź nieumieszczenia biletu w określonym miejscu w samochodzie. Tym samym konsument, w którego pojeździe bilet parkingowy nie był widoczny w czasie kontroli, dysponujący ww. dowodami, nie jest w stanie w drodze postępowania reklamacyjnego uzyskać zwolnienia z obowiązku uiszczenia opłaty dodatkowej.

W niniejszej sprawie dobre obyczaje należy definiować jako postulat stosowania takiej procedury reklamacyjnej, która z jednej strony będzie uwzględniać cel wprowadzenia systemów parkingowych na parkingach, tj. zapewnienie miejsc parkingowych klientom podmiotów zlecających WEIP zarządzanie parkingiem, a z drugiej strony umożliwi konsumentom, którym wystawiono wezwanie do wniesienia opłaty dodatkowej, wyjaśnienie i wykazanie w toku postępowania reklamacyjnego, że skorzystali z parkingu po opłaceniu usługi parkingowej przez zakup biletu parkingowego lub pobrali bilet uprawniający do czasowego darmowego parkowania, co powinno stanowić podstawę do uzyskania anulowania opłaty dodatkowej.

Ww. oceny nie zmienia także pozytywne rozpatrywanie reklamacji w sytuacjach, gdy konsument przedstawił wraz z reklamacją bilet z właściwym numerem rejestracyjnym pojazdu albo bilet z potwierdzeniem opłacenia go kartą płatniczą. Jeśli bowiem WEIP umożliwi pobranie biletu na okaziciela, czyli bez wskazywania numeru rejestracyjnego, to nie może odmawiać uznawania tychże biletów za rzetelnych dowodów na wywiązanie się z obowiązków przez konsumenta.

Podsumowując, wskazać należy że WEIP swoim działaniem może naruszać dobry obyczaj rzetelnego traktowania konsumentów i realizowania przysługującego im prawa do zakwestionowania decyzji Spółki o ukaraniu ich. Udowodnienie przez konsumenta w toku postępowania reklamacyjnego, że zakupił bilet parkingowy ważny w momencie wystawienia wezwania, nie stanowi bowiem dla Spółki podstaw do zwolnienia konsumenta z obowiązku zapłaty opłaty dodatkowej. Oznacza to, że konsument, który wykonał należycie swoje obowiązki umowne - opłacił miejsce parkingowe, pobrał bilet, przedstawił go w momencie składania reklamacji w związku z nałożeniem opłaty dodatkowej - może zostać obciążony opłatą dodatkową tylko dlatego, że kontroler nie był w stanie zweryfikować uprawnień konsumenta do korzystania z parkingu. Jest to niewątpliwie sprzeczne z dobrym obyczajem rozumianym jako obowiązek rzetelnego i uczciwego traktowania konsumentów.

Podsumowując, zgromadzony materiał dowodowy uprawdopodobnia, że zachowania Spółki opisane w pkt. I.1 sentencji decyzji mogą być sprzeczne z dobrymi obyczajami.

Uprawdopodobnienie sprzeczności z prawem praktyk określonych w pkt I.2 i I.3 sentencji niniejszej decyzji

W zakresie praktyk opisanych w pkt I.2 i I.3 niniejszej decyzji, bezprawność zarzuconych Spółce praktyk związana jest z naruszeniem przepisów ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. z 2023 r., poz. 845, dalej: „ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom”, lub „upnpr”). Art. 3 ww. ustawy zakazuje stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych. Przez praktykę rynkową rozumie się, zgodnie z art. 2 pkt 4 upnpr, działanie lub zaniechanie przedsiębiorcy, sposób postępowania, oświadczenie lub informację handlową, w szczególności reklamę i marketing, bezpośrednio związane z promocją lub nabyciem produktu przez konsumenta.

Pod pojęciem produktu, w świetle art. 2 pkt 3 upnpr, należy rozumieć każdy towar lub usługę, w tym nieruchomości, usługi cyfrowe, treści cyfrowe, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych. Natomiast, przez propozycję nabycia produktu rozumie się informację handlową określającą cechy produktu oraz jego cenę, w sposób właściwy dla użytego środka komunikowania się z konsumentami, która bezpośrednio wpływa bądź może wpływać na podjęcie przez konsumenta decyzji dotyczącej umowy (art. 2 pkt 6 upnpr).

Definicję nieuczciwej praktyki rynkowej zawiera art. 4 ust. 1 upnpr, zgodnie z którym stosowana przez przedsiębiorcę względem konsumentów praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Art. 4 ust. 2 upnpr stanowi, że za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Praktyki te nie podlegają ocenie w świetle przesłanek określonych w art. 4 ust. 1 ww. ustawy.

Stosownie do art. 5 ust. 1 upnpr praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli w jakikolwiek sposób powoduje ono lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Interpretując pojęcie praktyki wprowadzającej w błąd należy stwierdzić, że jest to każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta, do którego jest skierowana i która może zniekształcić jego zachowanie rynkowe⁵. Art. 5 ust. 2 pkt 1 upnpr przewiduje, że wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji. Ponadto, zgodnie z art. 5 ust. 3 pkt 4 upnpr wprowadzenie w błąd może dotyczyć praw konsumenta, w szczególności prawa do naprawy lub wymiany produktu na nowy albo prawa do obniżenia ceny lub do odstąpienia od umowy.

Przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję co do tego czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu, zapłaci za produkt w całości lub w części, zatrzyma produkt, rozporządzi nim lub wykona uprawnienie umowne związane z produktem bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzymać się od jej dokonania (art. 2 pkt 7 upnpr).

W literaturze przyjmuje się, że wprowadzenie w błąd ma charakter abstrakcyjny,

⁵ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 10 lutego 2015 r., sygn. akt: VI ACa 567/14.

a jego stwierdzenie nie wymaga zaistnienia jednostkowej dezinformacji⁶. Dokonanie oceny wprowadzenia w błąd zawsze wymaga odniesienia do adresata, którym jest przeciętny konsument. Jeśli zatem w przeświadczeniu przeciętnego konsumenta powstaną wyobrażenia (obiektywnie sprawdzalne, a nie wyłącznie subiektywnie odczuwalne), które nie odpowiadają rzeczywistości, mamy do czynienia z wprowadzeniem w błąd. Wprowadzenie w błąd przez praktykę rynkową zawsze zmierza do wytworzenia w świadomości konsumenta mylnego obrazu rzeczywistości. Zawsze też jest ono związane z określonymi elementami rzeczywistości, których dotyczyć ma błąd.

Zgodnie z treścią art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym przeciętny konsument jest to konsument dostatecznie poinformowany, uważny i ostrożny. Oceny, zgodnie z brzmieniem ustawy, dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

Definicja przeciętnego konsumenta zamieszczona w upnpr jest wynikiem dorobku orzeczniczego Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (dalej: „TSUE”, „Trybunał”). 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 niewprowadzający w błąd. W świetle orzecznictwa Trybunału poziom percepcji i uwagi konsumenta różni się w zależności od tego, jakiego produktu dotyczy praktyka rynkowa oraz w jakich okolicznościach produkt ten jest nabywany⁷.

Formułując model przeciętnego konsumenta w niniejszej sprawie należy wziąć pod uwagę charakter produktu, jakim są usługi oferowane przez WEIP. Udostępnianie miejsc do parkowania 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. W ocenie Prezesa Urzędu, w niniejszej sprawie przeciętnym konsumentem będzie zatem każda osoba, która zechce skorzystać z miejsc parkingowych udostępnianych przez Spółkę. Taki konsument (z reguły kierowca pojazdu) będzie rozważny, przeciętnie zorientowany, posiadający uprawnienia do kierowania pojazdami, a zatem mający wiedzę o zasadach uczestnictwa w ruchu drogowym i doświadczenie w korzystaniu z miejsc postojowych, zarówno na parkingach publicznych, jak i prywatnych. Od takiego konsumenta można wymagać pewnego stopnia wiedzy i rozeznania w rzeczywistości związanej z korzystaniem z infrastruktury parkingowej. Należy też podkreślić, że taki konsument nie jest naiwny, ale nie potrafi też ocenić sytuacji tak, jak profesjonalista. Przede wszystkim zaś, przeciętny konsument ma prawo zakładać, że przedsiębiorca przekazuje mu informacje w sposób dostatecznie jasny, jednoznaczny

⁶ Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz, red. dr hab. Konrad Osajda, Legalis 2019, komentarz do art. 5 upnpr.

⁷ Por. C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer Rec. 1999, s. I-3819, pkt 26; C-299/99 Philips Rec. 2002, s. I-5475, pkt 63, a także wyroki z 2007 r. w sprawach C-353/03 Nestle przeciwko Mars, pkt 25; T-241/05 Procter & Gamble, pkt 43; T-33/04 House of Donut Int, pkt 50-51

i niewprowadzający w błąd. Konsument korzystający z usług Spółki mogą chcieć złożyć reklamację związaną z otrzymanym wezwaniem do wniesienia opłaty dodatkowej. Przeciętny konsument posiada wiedzę, że może złożyć reklamację. Ponadto, przeciętny konsument w niniejszej sprawie nie posiada szczegółowej wiedzy na temat przepisów dot. wszczęcia i zasad prowadzenia postępowania egzekucyjnego w przypadku złożenia wniosku o wszczęcie postępowania egzekucyjnego przez wierzyciela.

Praktyka opisana w pkt. 1.2 sentencji niniejszej decyzji może wprowadzać konsumentów w błąd, co do konieczności wystania reklamacji poprzez kanały preferowane przez Spółkę.

Konsument występując do Spółki z roszczeniem reklamacyjnym składa oświadczenie woli. Zgodnie z zasadami wynikającymi z art. 60 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny (Dz. U. z 2023 r., poz. 1610 ze zm.; dalej: „Kodeks cywilny”, „kc”): Z zastrzeżeniem wyjątków w ustawie przewidzianych, wola osoby dokonującej czynności prawnej może być wyrażona przez każde zachowanie się tej osoby, które ujawnia jej wolę w sposób dostateczny, w tym również przez ujawnienie tej woli w postaci elektronicznej (oświadczenie woli). Oświadczenia woli mogą więc być składane w dowolnej formie, z wyjątkiem przypadków przewidzianych przepisami ustaw.

W zakresie wskazanego wyżej oświadczenia konsumenta, będącego roszczeniem reklamacyjnym, ustawodawca nie przewidział - ani w Kodeksie cywilnym, ani w ustawie o prawach konsumenta ani w innych ustawach - konieczności zachowania szczególnej formy. Należy zatem przyjąć, że konsument może zrealizować swoje uprawnienie w jakikolwiek sposób (np. mailowo czy osobiście), z tym jedynie zastrzeżeniem, że oświadczenie takie musi dotrzeć do adresata w sposób umożliwiający zapoznanie się z jego treścią (art. 61 Kodeksu cywilnego).

Wskazane więc powyżej informacje zamieszczone na stronie internetowej WEIP, w regulaminach dostępnych na parkingach oraz w wezwaniu mogą sugerować, że złożenie reklamacji jest możliwe jedynie poprzez skorzystanie z formularza dostępnego na stronie internetowej Spółki lub wystanie listu na adres jej siedziby. Po zapoznaniu się z treścią przekazywanych informacji konsument może dojść do przekonania, że zgłoszenie Spółce reklamacji np. poprzez wizytę w jej siedzibie lub drogą elektroniczną narazi go na jej nieuwzględnienie z powodu niezachowania wymogów formalnych. Prezes Urzędu zwraca także uwagę, że sugerowanie konsumentowi, że elektronicznie reklamację może złożyć jedynie przez formularz na stronie internetowej Spółki może wiązać się dla niego z niedogodnościami w postaci ograniczonej liczby znaków na wpisanie treści wiadomości skierowanej do WEIP czy liczby/wielkości załączników (do [informacja prawnie chroniona]). Nie doszłoby do nich gdyby konsument wiedział, że może wybrać inny elektroniczny kanał złożenia reklamacji (tu: pocztę elektroniczną) i że także wtedy zostanie ona rozpatrzona.

W opinii Prezesa Urzędu w przypadku ocenianej praktyki mamy do czynienia z konsumentami rozważnymi, przeciętnie zorientowanymi i trwającymi w przekonaniu, że informacje przekazywane przez przedsiębiorców są pełne i nie wprowadzają ich w błąd. Konsumentom mogą być przekonani, że przekazywane przez Spółkę informacje dotyczące procedury reklamacyjnej, są prawdziwe i nie wymagają uzupełnienia.

Jak już wskazano zgodnie z art. 4 ust. 2 upnpr za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd. Działaniem wprowadzającym w błąd jest z kolei takie działanie, które w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął, w tym w szczególności dotyczące praw konsumenta (art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 5 ust. 3 pkt 4 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr). Przeciętny konsument

posiada wiedzę, że może złożyć reklamację, jednak czytając informacje przekazywane mu przez WEIP konsument może pozostawać w błędnym przekonaniu, że WEIP nie dopuszcza innego sposobu zgłaszania reklamacji poza jej wystaniem na adres Spółki lub złożeniem poprzez formularz na stronie internetowej.

Podkreślić należy, że procedura reklamacyjna nie może ograniczać uprawnień konsumenta wynikających z obowiązujących przepisów prawa, w tym w zakresie sposobu zgłaszania reklamacji tylko dlatego, aby zapewnić Spółce wygodniejszy sposób agregacji zgłoszonych reklamacji lub łatwiejszego sprawdzenia, czy zgłaszający reklamację już wcześniej otrzymał wezwanie w związku z niepoprawnym korzystaniem z parkingu zarządzanego przez WEIP. Informowanie konsumentów o możliwych sposobach składania reklamacji jest istotne z punktu widzenia osoby, która otrzymała wezwanie, dlatego też treść takiej informacji nie może wprowadzać konsumentów w błąd. Konsument po zapoznaniu się z informacjami zamieszczonymi na stronie internetowej Spółki, regulaminie parkingu lub wezwaniu powinien mieć pełną wiedzę na temat tego, co może zrobić, aby skutecznie złożyć reklamację dotyczącą otrzymanego wezwania. Rozpowszechnianie przez WEIP wskazanych wyżej informacji może wprowadzać konsumenta w błąd, że jedynymi możliwymi kanałami wniesienia reklamacji są te sugerowane (w regulaminach) lub wyraźnie wskazywane (w wezwaniach) przez Spółkę. W konsekwencji konsument może zrezygnować ze złożenia reklamacji w inny - dogodniejszy dla niego sposób albo nawet całkowicie odstąpić od złożenia reklamacji, jeśli preferowana przez niego opcja będzie niedostępna. Tym samym powyższe działanie Spółki może wypełniać przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 5 ust. 3 pkt 4 upnpr w zw. z art. 4 ust. 2.

Podsumowując, zgromadzony materiał dowodowy uprawdopodobnia, że zachowania Spółki opisane w pkt. 1.2 sentencji decyzji mogą być sprzeczne z prawem, tj. przepisami upnpr.

Praktyka opisana w pkt. 1.3 sentencji niniejszej decyzji może wprowadzać konsumentów w błąd, co do nieuchronności poniesienia opłat związanych z postępowaniem windykacyjnym i egzekucyjnym.

Analizując przedmiotową sytuację należy stwierdzić, że o ile dopuszczalnym jest informowanie konsumentów o możliwości powstania kosztów związanych z dochodzeniem należności, to jednak sposób redakcji informacji, jakie konsumenci otrzymują w stosowanych przez Spółkę regulaminach, może wprowadzać ich w błąd odnośnie nieuchronności wszczęcia postępowania egzekucyjnego i windykacji, które ze swojej istoty są zdarzeniami przyszłymi i niepewnymi. Podane informacje sugerują, że w przypadku nieuiszczenia opłaty dodatkowej przeciwko konsumentowi prowadzone będzie postępowanie windykacyjne i egzekucyjne, którego koszty będzie on zmuszony ponieść. Powyższe prowadzi do wniosku, iż rozpowszechniana w regulaminach stosowanych przez WEIP informacja w tym zakresie może być nieprawdziwa. Biorąc pod uwagę powyższe Prezes Urzędu uznał, że wobec braku obowiązku udzielania konsumentom informacji o możliwości wystąpienia kosztów windykacyjnych i egzekucyjnych, w sytuacji, gdy przedsiębiorca podaje takie informacje, powinny one być rzetelne i pełne.

Zniekształcenie zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta w niniejszej sprawie polega na możliwości powstania w jego świadomości przeświadczenia, że w każdym przypadku niezapłacenia przez niego opłaty dodatkowej w terminie będzie on musiał pokryć koszty wystąpienia WEIP do bazy CEPIK oraz że wszczęte zostanie postępowanie windykacyjne i egzekucyjne, którego koszty będzie on zobowiązany ponieść. Ponadto, należy podkreślić, że przeciętny konsument w niniejszej sprawie nie posiada szczegółowej wiedzy na temat przepisów dot. wszczęcia i zasad prowadzenia postępowania egzekucyjnego

w przypadku złożenia wniosku o wszczęcie egzekucji przez wierzyciela. W związku z czym twierdzenia Spółki mogą wprowadzać konsumenta w błąd. Brzmia one kategorycznie, podczas gdy w rzeczywistości to, czy takie obciążenie kosztami postępowań nastąpi, nie zależy od Spółki. WEIP bowiem w pierwszej kolejności powinna skierować sprawę na drogę postępowania sądowego, aby otrzymać tytuł wykonawczy. Jeśli zaś chce, aby to konsument poniósł koszt wcześniejszego wystąpienia do bazy CEPiK czy innych kosztów postępowania windykacyjnego, to także musi skierować sprawę do sądu i żądać zwrotu poniesionych (udowodnionych) z tego tytułu kosztów. W tym miejscu Prezes Urzędu podkreśla, że sąd może uznać, że to klient ma rację i nie powinien ponosić kosztów lub np. zwolnić go z tych kosztów. Dopiero w dalszej kolejności sprawa trafia do organu egzekucyjnego. Co do zasady koszty te ponosi dłużnik, jednak mogą wystąpić inne przypadki, kiedy konsument zostaje zwolniony z obowiązku ponoszenia takich kosztów.

Zdaniem Prezesa Urzędu kierowane do konsumentów informacje nie odzwierciedlają rzetelnie możliwości i trybu zastosowania przepisów ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. z 2023 r., poz. 1550 ze zm. - dalej: "Kodeks postępowania cywilnego" „kpc”). Gdyby konsumenci nie zostali w tym zakresie wprowadzeni w błąd, mogliby nie podjąć decyzji o uiszczeniu opłaty dodatkowej i zdecydować o zasadności (dalszego) jej reklamowania, czy podjęcia obrony przed sądem. Konsumenci mogą skłaniać się do uiszczenia żądanej kwoty opłaty dodatkowej po otrzymaniu odpowiedzi na reklamację, aby uniknąć dalszych kosztów związanych z dochodzeniem należności przez Spółkę w postępowaniu windykacyjnym i egzekucyjnym oraz opłat związanych z pozyskaniem danych z bazy CEPiK. W tym miejscu Prezes UOKiK podkreśla, że za dopuszczalne można uznać informowanie konsumentów o możliwości powstania kosztów związanych z dochodzeniem należności - informacje te nie mogą jednak wprowadzać w błąd, co do nieuchronności ich poniesienia, bez względu na zasadność danego roszczenia, w tym przypadku dochodzonej opłaty parkingowej.

Zachodzi zatem podejrzenie, iż opisane działanie Spółki może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową, wskazaną w art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 upnpr, ponieważ swoim działaniem WEIP może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy (tj. uiszczenia kwoty wskazanej w wezwaniu do wniesienia opłaty dodatkowej i braku dalszego jej reklamowania), której inaczej by nie podjął, czyli nie zapłaciłby przedmiotowej opłaty i nie zrezygnowałby z przysługujących mu uprawnień do dalszego kwestionowania nałożonej opłaty, gdyby nie pozostawał w błędnym przeświadczeniu, co do nieuchronności obciążeń finansowych związanych z poniesieniem ew. kosztów windykacji i postępowania egzekucyjnego.

Podsumowując, zgromadzony materiał dowodowy uprawdopodobnia, że zachowania Spółki opisane w pkt. I.3 sentencji decyzji mogą być sprzeczne z prawem, tj. przepisami upnpr.

Reasumując, w ocenie Prezesa Urzędu, zachowania WEIP opisane w pkt. I.1 sentencji niniejszej decyzji mogą naruszać dobre obyczaje, zaś zachowania WEIP opisane w pkt. I.2 i I.3 mogą być sprzeczne z prawem, tj. przepisami upnpr.

W związku z powyższym, uprawdopodobniona została w niniejszym postępowaniu bezprawność działań Spółki.

Uprawdopodobnienie naruszenia zbiorowego interesu konsumentów

Przypisanie przedsiębiorcy praktyki, o której mowa w art. 24 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, możliwe jest tylko w przypadku wykazania, iż godzi ona również w **zbiorowy interes konsumentów**. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie definiuje

zbiorowego interesu konsumentów. W tym zakresie ww. ustawa ogranicza się jedynie do sprecyzowania, że nie jest nim suma indywidualnych interesów konsumentów (art. 24 ust. 3).

Interes konsumentów należy rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę jako zasługujący na ochronę i zabezpieczenie. Pojęcie to obejmuje swym zakresem prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom możliwość dokonywania transakcji przy całkowitym zrozumieniu, jaki jest ich rzeczywisty sens ekonomiczny i prawny na etapie przedkontraktowym i w czasie wykonywania umowy. Efektem naruszenia interesu prawnego może być naruszenie również stricte ekonomicznych interesów konsumentów (o wymiarze majątkowym). Godzenie w zbiorowe interesy konsumentów może polegać zarówno na ich naruszeniu, jak i na zagrożeniu ich naruszenia. Nie jest zatem konieczne ustalenie, że którykolwiek z konsumentów został rzeczywiście poszkodowany wskutek stosowanej przez przedsiębiorcę praktyki.

Przez **zbiorowy interes konsumentów** należy rozumieć interes dotyczący ogółu (zbiorowości), którego naruszenie ma miejsce, gdy skutkami działań przedsiębiorcy dotknięty jest pewien krąg uczestników rynku - konsumentów. Zachowanie przedsiębiorcy godzące w zbiorowe interesy konsumentów jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa w odniesieniu do każdego z konsumentów - nie zaś jedynie określonego konsumenta - i, przynajmniej potencjalnie, zagraża ono, interesom każdego z członków zbiorowości konsumentów. Zaistnienie ww. przesłanki nie jest przy tym bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały naruszone wskutek działań przedsiębiorcy.

W niniejszej sprawie możliwe jest naruszenie interesów potencjalnie nieograniczonej liczby konsumentów. Praktyki stosowane przez WEIP odnoszą się bowiem do wszystkich konsumentów, którzy chcieliby skorzystać bądź skorzystali z usług Spółki. Podkreślić należy, że w tym kręgu mógł znaleźć się każdy konsument, który zdecydowałby się zaparkować samochód na parkingu zarządzanym przez Spółkę. Potencjalnie zatem każdy z konsumentów mógłby być objęty zachowaniem rynkowym WEIP.

Zachowania WEIP mogą naruszać ekonomiczne oraz pozaekonomiczne interesy konsumentów.

W zakresie praktyki wymienionej w pkt. 1.1 sentencji niniejszej decyzji aspekt ekonomiczny naruszenia interesów konsumentów może się wziąć z obciążeniem konsumentów opłatą dodatkową (karą umowną) za skorzystanie z parkingu. Aspekt niemajątkowy może się wiązać z narażeniem konsumentów na stres i uciążliwości związane z przechodzeniem przez procedurę reklamacyjną, która mimo wykazania przez nich, że skorzystali z parkingu po wykupieniu biletu parkingowego lub pobrania biletu uprawniającego do darmowego czasu parkowania, a wezwanie zostało wystawione przed upływem dopuszczalnego czasu parkowania, kończy się dla nich odmową zwolnienia z obowiązku zapłaty opłaty dodatkowej.

Ponadto o naruszeniu ww. interesów konsumentów może świadczyć między innymi fakt otrzymywania przez UOKiK sygnałów dotyczących odmowy anulowania opłaty dodatkowej, mimo przedstawienia biletu parkingowego ważnego w momencie wystawienia wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej.

W zakresie praktyki wymienionej w pkt. 1.2 sentencji niniejszej decyzji zachowanie Spółki może także naruszać ekonomiczne interesy konsumentów ze względu na to, że z uwagi na ograniczenie sposobów składania reklamacji, mogą oni zaniechać kwestionowania otrzymanego wezwania i zapłacić opłatę dodatkową w nim wskazaną, ze względu na niechęć lub niewygodę korzystania z kanałów preferowanych przez WEIP, np. niemożliwość zamieszczenia dokumentacji zdjęciowej w formularzu reklamacyjnym z uwagi na wielkość plików. Ponadto kwestionowana praktyka może godzić w pozaekonomiczne interesy

konsumentów ze względu na poinformowanie ich, że posiadają tylko dwa kanały do złożenia reklamacji. To może wywołać u nich rozczarowanie z uwagi na niemożność wybrania wygodnego dla siebie sposobu wysłania reklamacji i konieczność dostosowania się do zaleceń Spółki.

W zakresie praktyki wymienionej w pkt. 1.3 sentencji niniejszej decyzji działania WEIP mogą także naruszać ekonomiczne interesy konsumentów, ze względu na zdecydowanie przez nich o zapłaceniu nałożonej opłaty dodatkowej w celu uniknięcia konieczności pokrycia innych kosztów wskazywanych przez Spółkę. Ponadto kwestionowana praktyka może godzić w pozaekonomiczne interesy konsumentów ze względu na niepełne poinformowanie ich o procedurze egzekucji należności pieniężnych i wywołanie wrażenia nieuchronności windykacji i egzekucji, mimo że są to wydarzenia niepewne, co może wzbudzić w konsumentach poczucie braku celowości dalszego kwestionowania otrzymanego wezwania, z uwagi na nieuchronność poniesienia kosztów wskazanych przez Spółkę.

W rozpatrywanej sprawie możemy mieć więc do czynienia z zachowaniem godzącym w zbiorowe interesy konsumentów.

Mając na uwadze powyższą analizę, przyjąć należy, że uprawdopodobniono stosowanie przez WEIP praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów określonych w punktach I.1-I.3 sentencji niniejszej decyzji.

Zobowiązanie Przedsiębiorcy

W tym miejscu ponownie należy wskazać, że zgodnie z art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, 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 ww. ustawy lub będących podstawą wszczęcia postępowania – że został naruszony zakaz, o którym mowa w art. 24 uokik, 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 o ochronie konkurencji i konsumentów i zobowiąże się do usunięcia skutków tego naruszenia, zdanie pierwsze stosuje się odpowiednio.

Istota decyzji zobowiązującej polega na zawarciu quasi-porozumienia pomiędzy Prezesem UOKiK a przedsiębiorcą. 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 oraz korzyści po obu stronach tej relacji administracyjno-prawnej.

Analiza art. 28 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów pozwala stwierdzić, że Prezes UOKiK może wydać powyższą decyzję w sytuacji łącznego spełnienia przesłanek:

- 1) uprawdopodobnienia w trakcie postępowania stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 24 ust. 1 i 2 uokik,
- 2) zobowiązania się przez przedsiębiorcę 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.

Spełnienie przesłanki z punktu 1) zostało opisane na str. 27-29 niniejszej decyzji. Konieczne jest zatem zbadanie, czy w tej sprawie zostały spełnione również dwie pozostałe przesłanki wydania decyzji zobowiązującej.

Jak już zaznaczono, warunkiem niezbędnym do zastosowania art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest **zobowiązanie się przedsiębiorcy**, któremu jest zarzucane naruszenie art. 24, do podjęcia lub zaniechania działań zmierzających do zakończenia naruszenia lub usunięcia jego skutków.

W niniejszej sprawie, Spółka złożyła wniosek o wydanie decyzji zobowiązującej na podstawie art. 28 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Treść zobowiązania Spółki została szczegółowo opisana w sentencji niniejszej decyzji.

Prezes Urzędu nałożył na WEIP obowiązek wykonania zobowiązania zgodnie z pkt. I.A-I.J sentencji niniejszej decyzji. Prezes Urzędu uznał za zasadne przyjęcie zobowiązania w przedstawionym w rozstrzygnięciu kształcie. Treść zobowiązania jest jednoznaczna i precyzyjna oraz umożliwia skontrolowanie jego wykonania. W ocenie Prezesa Urzędu zobowiązanie w powyższym kształcie spełnia cel wydania decyzji zobowiązującej, którym jest zapewnienie odpowiedniego poziomu ochrony interesów ogółu konsumentów.

Złożone przez Spółkę zobowiązanie obejmuje zaniechanie kwestionowanej w pkt. I.1 rozstrzygnięcia niniejszej decyzji praktyki od momentu uprawomocnienia się decyzji Prezesa Urzędu (pkt I.B-I.C rozstrzygnięcia decyzji). Złożone przez Spółkę zobowiązanie obejmuje zaniechanie kwestionowanych w pkt. I.2 i I.3 niniejszej decyzji praktyk w zakresie w jakim ww. treści są umieszczone na tablicach znajdujących się na parkingach w terminie 3 miesięcy od uprawomocnienia się decyzji, a w pozostałym zakresie w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji (pkt. I.D rozstrzygnięcia decyzji).

Kwestionowane w niniejszym postępowaniu praktyki mogły naruszyć zbiorowe interesy konsumentów, a ich skutki nie zostały do dziś w całości usunięte. Wobec powyższego, w celu usunięcia skutków praktyki opisanej w pkt. I.1 niniejszej decyzji Spółka została zobowiązana do zwrotu kwoty w wysokości równej wpłaconej opłacie dodatkowej konsumentom, którzy jej dokonali, ale jeszcze nie otrzymali zwrotu. W pozostałym zakresie do usunięcia jej skutków, wystarczające jest ich zaprzestanie.

Przysporzenie związane z praktyką opisaną w pkt. I.1 decyzji obejmuje konsumentów, którzy nie otrzymali zwrotu wpłaconej opłaty dodatkowej, a jednocześnie:

- a. otrzymali z tytułu braku posiadania ważnego biletu wezwanie do wniesienia opłaty dodatkowej po 1 stycznia 2020 r., pomimo faktu posiadania ważnego biletu z prawidłowym numerem rejestracyjnym pojazdu w trakcie wystawiania wezwania, niezależnie od tego, czy bilet znajdował się w pojeździe oraz czy złożyli reklamację,
- b. otrzymali z tytułu braku posiadania ważnego biletu wezwanie do wniesienia opłaty dodatkowej po 1 stycznia 2020 r. na parkingu, na którym występował co najmniej jeden parkomat niepozwalający na wpisanie numeru rejestracyjnego pojazdu na bilecie parkingowym, a jednocześnie złożyli w terminie reklamację, w której przedstawili bilet parkingowy bez numeru rejestracyjnego pojazdu, który był ważny w momencie wystawienia wezwania do wniesienia opłaty dodatkowej.

Konsumentom zostanie przekazana wpłacona przez nich kwota opłaty dodatkowej na konto,

z którego przekazali środki lub na inne konto wskazane przez nich. Przekazanie środków ma nastąpić najpóźniej w ciągu 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji w odniesieniu do pkt. I.A.1 niniejszej decyzji oraz najpóźniej w ciągu 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji w odniesieniu do pkt. I.A.2 niniejszej decyzji. Jeśli uprawnieni konsumenci nie podejmą żadnej aktywności, uzyskają zwrot na konto, z którego wpłacono opłatę dodatkową.

Konsumenci uprawnieni do otrzymania zwrotu wpłaconej opłaty dodatkowej, wskazani w pkt. I.A niniejszej decyzji, zostaną poinformowani o tym fakcie poprzez publikację komunikatów określonych w pkt. I.I i I.J niniejszej decyzji, a także na drodze komunikacji indywidualnej wskazanej w pkt. I.E i I.G niniejszej decyzji. Przekazane informacje będą wskazywać na automatyczne uzyskanie zwrotu wpłaconych przez konsumentów środków, a także na możliwość wskazania innego konta do dokonania przelewu środków w terminie miesiąca i 21 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji dla konsumentów wskazanych w pkt. I.A.1 niniejszej decyzji oraz w terminie 2 miesięcy i 21 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji dla konsumentów wskazanych w pkt. I.A.2 niniejszej decyzji.

Ponadto wobec konsumentów wskazanych w pkt. I.1 niniejszej decyzji, którzy nie wpłacili opłaty dodatkowej Spółka zobowiązała się do powstrzymania się od podejmowania dalszych czynności windykacyjnych lub egzekucyjnych najpóźniej w ciągu 2 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji w odniesieniu do pkt. I.A.1 niniejszej decyzji oraz najpóźniej w ciągu 3 miesięcy od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji w odniesieniu do pkt. I.A.2 niniejszej decyzji.

Konsumenci, wobec których Spółka zobowiązała się do powstrzymania się od podejmowania dalszych czynności windykacyjnych lub egzekucyjnych, zostaną poinformowani o tym fakcie poprzez publikację komunikatów określonych w pkt. I.I i I.J niniejszej decyzji, a także na drodze komunikacji indywidualnej wskazanej w pkt. I.F i I.H niniejszej decyzji.

Art. 28 ust. 2 uokik stanowi, że w decyzji nakładającej obowiązek wykonania określonych zobowiązań Prezes Urzędu może określić termin wykonania zobowiązań. Spółka z uwagi na kwestie organizacyjne oraz techniczne zaproponowała różne terminy realizacji poszczególnych jej zobowiązań, które zostały szczegółowo określone w punktach I.A-I.J sentencji niniejszej decyzji. Biorąc pod uwagę wyjaśnienia WEIP, a także wymagania czasowe oraz organizacyjno-techniczne związane z realizacją złożonych zobowiązań, Prezes Urzędu uznał proponowane przez WEIP terminy wykonania jego zobowiązania za wystarczające i zapewniające jego skuteczne wykonanie.

Uwzględniając powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt I.A-I.J sentencji decyzji.

Informacja o stopniu realizacji zobowiązania

Stosownie do art. 28 ust. 3 uokik elementem obligatoryjnym decyzji zobowiązującej jest nałożenie przez Prezesa Urzędu obowiązku składania w wyznaczonym terminie informacji o stopniu realizacji zobowiązania. W pkt. II sentencji decyzji Prezes Urzędu nałożył na Spółkę obowiązek przedstawienia informacji o stopniu realizacji przyjętych zobowiązań.

Zdaniem Prezesa Urzędu, przedstawienie wymienionych informacji i dokumentów pozwoli na ocenę, czy Przedsiębiorca faktycznie wykonał przyjęte w decyzji zobowiązania. Jednocześnie Prezes Urzędu uznał, uwzględniając termin wykonania przez Spółkę poszczególnych zobowiązań, że jest ona w stanie złożyć bez przeszkód ww. sprawozdanie, w terminie 4 miesięcy od dnia uprawomocnienia się decyzji.

Z uwagi na powyższe, Prezes Urzędu orzekł jak w pkt. II sentencji.

Pouczenie:

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 uokik w związku z art. 479²⁸ § 2 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 Ochrony Konkurencji i Konsumentów- Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu.

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: „ustawa o kosztach sądowych w sprawach cywilnych”), odwołanie od decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podlega opłacie stałej w kwocie 1.000 zł.

Zgodnie z art. 103 ust. 1 i 2 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, sąd może przyznać zwolnienie od kosztów sądowych osobie prawnej lub jednostce organizacyjnej niebędącej osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, jeżeli wykazała, że nie ma dostatecznych środków na ich uiszczenie. Spółka handlowa powinna dodatkowo wykazać także, że jej wspólnicy albo akcjonariusze nie mają dostatecznych środków na zwiększenie majątku spółki lub udzielenie spółce pożyczki.

Zgodnie z art. 105 ust. 1 zd. 1 ustawy o kosztach sądowych w sprawach cywilnych, 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.

Stosownie do treści art. 117 § 1, kpc strona zwolniona przez sąd od kosztów sądowych w całości lub części, może domagać się ustanowienia adwokata lub radcy prawnego.

Stosownie do treści art. 117 § 3 i § 4 zd. 1 kpc, osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, której ustawa przyznaje zdolność sądową, niezwolniona przez sąd od kosztów sądowych, może się domagać ustanowienia adwokata lub radcy prawnego, jeżeli wykáže, że nie ma dostatecznych środków na poniesienie kosztów wynagrodzenia adwokata lub radcy prawnego.

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.