



**PREZES
URZĘDU OCHRONY
KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
MAREK NIECHCIAŁ**

Katowice, 8 grudnia 2017 r.

RKT-610-01/17/AR

DECYZJA Nr RKT - 8/2017

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2017 r., poz. 229 ze zm.), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przeciwko Agnieszce Spera-Tylkowskiej prowadzącej działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Transportowo-Handlowo-Usługowe AGA Agnieszka Spera-Tylkowska w Kroczykach

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

- I. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów **uznaje się za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów praktykę polegającą na stosowaniu chronionej prawem nazwy rodzajowej „hotel” oraz oznaczenia kategorii „***” (trzy gwiazdki) w odniesieniu do obiektu „Hotel Jura” zlokalizowanego w Kroczykach przy ul. Batalionów Chłopskich 8, bez wymaganej prawem decyzji marszałka województwa właściwego ze względu na miejsce położenia obiektu hotelarskiego o zaszerogowaniu obiektu hotelarskiego do odpowiedniego rodzaju i kategorii, co jest niezgodne z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (Dz. U. z 2017 r. poz. 553 ze zm.) oraz stanowi nieuczciwą praktykę rynkową w rozumieniu art. 5 ust. 1 i 2 pkt 1 w zw. z art. 4 ust. 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2017 r. poz. 2070), a w konsekwencji narusza art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów i nakazuje się zaniechanie jej stosowania.**
- II. Na podstawie art. 103 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, **nadaje się decyzji w zakresie pkt I sentencji rygor natychmiastowej wykonalności.**
- III. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nakłada się na Agnieszkę Spera-Tylkowską prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą **Przedsiębiorstwo Transportowo-Handlowo-Usługowe AGA Agnieszka Spera-Tylkowska w Kroczykach karę pieniężną w wysokości 18 788 zł (słownie: osiemnaście tysięcy siedemset osiemdziesiąt osiem złotych) płatną do budżetu państwa, z tytułu naruszenia zakazu, o jakim mowa w art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w zakresie opisanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji.**
- IV. Na podstawie art. 77 ust. 1 i art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 263 § 1 i art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (Dz. U. z 2017 r., poz. 1257), w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, uwzględniając wynik przeprowadzonego postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,

postanawia się Agnieszkę Spera-Tylkowską prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Transportowo-Handlowo-Uslugowe AGA Agnieszka Spera-Tylkowska w Kroczykach obciążyć kosztami opisanego na wstępie postępowania oraz zobowiązuje się ją do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie **46 PLN** (słownie: czterdzieści sześć złotych), w terminie 14 dni od uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Uzasadnienie

W imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeprowadzono postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez Agnieszkę Spera-Tylkowską prowadzącą działalność gospodarczą pod nazwą Przedsiębiorstwo Transportowo-Handlowo-Uslugowe Aga Agnieszka Spera-Tylkowska w Kroczykach. Bezpośrednią przyczyną wszczęcia postępowania była informacja otrzymana od Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Katowicach wskazująca na stosowanie przez przedsiębiorcę chronionej prawem nazwy rodzajowej „hotel” oraz oznaczenia kategorii „****” (trzy gwiazdki) w odniesieniu do obiektu „Hotel Jura” zlokalizowanego w Kroczykach przy ul. Batalionów Chłopskich 8, bez wymaganej prawem decyzji marszałka województwa właściwego ze względu na miejsce położenia obiektu hotelarskiego o zaszerogowaniu obiektu hotelarskiego do odpowiedniego rodzaju i kategorii.

W toku niniejszego postępowania administracyjnego przedsiębiorca nie zajął stanowiska w sprawie, w tym nie ustosunkował się do postawionego mu zarzutu.

Pismem z dnia 10 października 2017 r. przedsiębiorca został zawiadomiony o zakończeniu zbierania materiału dowodowego i w wyznaczonym terminie skorzystał z przysługującego mu prawa (dowód: karty nr 631-632).

Prezes Urzędu ustalił następujący stan faktyczny:

Agnieszka Spera-Tylkowska prowadzi działalność gospodarczą w oparciu o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (dowód: karta nr 128).

W ramach wykonywanej działalności przedsiębiorca prowadzi w Kroczykach przy ul. Batalionów Chłopskich 8 obiekt, w którym świadczy usługi hotelarskie (dowód: karty nr 5-124, 129-143, 159).

We wskazanym obiekcie Wojewódzki Inspektor Inspekcji Handlowej w Katowicach przeprowadził w okresie od maja 2009 r. do października 2016 r. osiem kontroli (dowód: karty nr 5-124).

1. Ustalenia wynikające z kontroli przeprowadzonej w dniu 26 maja 2009 r.

- obiekt oznaczony jest na zewnątrz zastrzeżoną nazwą rodzajową „Hotel Jura ****”, na dowód czego sporządzona została dokumentacja fotograficzna, jak również sporządzone zostały wydruki ze strony internetowej [http://www.jurahotel.pl/strona/o nas](http://www.jurahotel.pl/strona/o_nas);
- w toku kontroli nie okazano decyzji o zaszerogowaniu kontrolowanego obiektu do odpowiedniego rodzaju i kategorii;
- do akt postępowania kontrolnego dołączono zaświadczenie Urzędu Gminy Kroczyce z dnia 14 grudnia 2007 r. o wpisaniu w dniu 5 listopada 2007 r. obiektu „Jura Hotel” do rejestru innych obiektów, w których świadczone są inne usługi hotelarskie;
- w związku z dokonаныmi w toku kontroli ustaleniami, w dniu 23 czerwca 2009 r. przesłuchano Agnieszkę Spera-Tylkowską w charakterze obwinionej o popełnienie

wykroczenia - przedsiębiorca potwierdził używanie oznaczenia „Hotel Jura ****” na zewnątrz obiektu, na folderach, reklamach oraz stronie internetowej, pomimo braku wymaganej prawem decyzji Marszałka Województwa oraz zobowiązał się do zaprzestania stosowania oznaczenia do dnia 3 lipca 2009 r.;

– [...];

(dowód: karty nr 7-23).

2. Ustalenia wynikające z kontroli przeprowadzonej w dniu 22 września 2009 r.

– obiekt oznaczony na zewnątrz, w górnej części frontu budynku, na kartach menu oraz folderach reklamowych nazwą „Jura Hotel”;

– przedsiębiorca zobowiązał się do usunięcia oznaczeń „Jura Hotel”;

– przedsiębiorca dokonał zmian nazwy obiektu w rejestrze obiektów, w których świadczone są usługi hotelarskie z „Jura Hotel” na „Jura”;

(dowód: karty nr 24-36).

3. Ustalenia wynikające z kontroli przeprowadzonej w dniu 10 maja 2010 r.

– obiekt oznaczony na zewnątrz zastrzeżoną nazwą rodzajową „Hotel” oraz nazwą „Jura restauracja”, w recepcji obiektu dostępne foldery reklamowe zawierające nazwę „Jura Hotel” i oznaczenie „****”;

– [...];

(dowód: karty nr 37-46).

4. Ustalenia wynikające z kontroli przeprowadzonej w dniu 24 sierpnia 2010 r.

– w kontrolowanym obiekcie świadczone są usługi gastronomiczne i hotelarskie;

– obiekt nie był oznaczony na zewnątrz i w środku nazwą rodzajową „Hotel” oraz oznaczeniem „****”, nie stwierdzono również rozprowadzania folderów reklamowych zawierających powyższe oznaczenia;

– oznaczenie „Hotel” oraz kategoria trzech gwiazdek uwidoczniona była w dniu 24 sierpnia 2010 r. na stronie internetowej obiektu: www.jurahotel.pl, oznaczenie to zostało jednak usunięte w dniu 25 sierpnia 2010 r.;

– stwierdzono, że przedsiębiorca nie posiada wymaganej prawem decyzji Marszałka Województwa o zaszeregowaniu obiektu;

(dowód: karty nr 47-61).

5. Ustalenia wynikające z kontroli przeprowadzonej w dniu 10 czerwca 2013 r.

– obiekt na zewnątrz nie był oznaczony nazwą rodzajową „Hotel”;

– obiekt na zewnątrz posiadał szyld z napisem „Jura” oraz znak graficzny z literami „JH” oraz oznaczeniem „****”;

– przy schodach do wejścia głównego do obiektu znajdowała się duża gumowa wycieraczka w kolorze czarnym, na której umieszczona był napis w kolorze czerwonym „Jura Hotel” - usunięte w toku kontroli;

– wewnątrz obiektu w recepcji uwidoczniony były wizytówki oraz cennik z napisem „Jura Hotel” oraz znakiem graficznym zawierającym litery „JH” i oznaczenie „****” - usunięto w toku kontroli;

– strona internetowa przedsiębiorcy www.hoteljura.pl zawiera w zakładce „aktualności” następujące informacje: „Hotel Jura na Facebooku”, „Dyskoteka w Jura Hotel”, „Pobyt wakacyjny. Pobyt 2-3 dniowy (Hotel)”, natomiast w zakładce

„o nas” zamieszczono informacje o treści „Do Państwa dyspozycji oddajemy 31 pokoi w budynku głównym (Hotel Jura)”;

- przedsiębiorca nie posiada wymaganej prawem decyzji Marszałka Województwa o zaszeregowaniu obiektu do odpowiedniego rodzaju i kategorii;
(dowód: karty nr 62-76).

6. Ustalenia wynikające z kontroli przeprowadzonej w dniu 4 marca 2014 r.

- przy wjeździe na teren obiektu umieszczona jest informacja o treści: „Parking dla klientów Jura Hotel”;
- strona internetowa <http://hoteljura.pl/> zawiera zastrzeżoną nazwę „Hotel” zarówno na stronie głównej, jak i w zakładkach;
- przedsiębiorca nie posiada decyzji Marszałka Województwa o zaszeregowaniu obiektu do odpowiedniego rodzaju i kategorii;
- [...];
(dowód: karty nr 77-103).

7. Ustalenia wynikające z kontroli przeprowadzonej w dniu 31 marca 2016 r.

- obiekt oznaczony na zewnątrz nazwą „Jura”;
- na stronach internetowych oraz w materiałach reklamowych znajdujących się w recepcji przedsiębiorca posługuje się nazwą rodzajową „Hotel”;
- przedsiębiorca nie dysponuje decyzją o zaszeregowaniu obiektu do określonego rodzaju i kategorii, jak również promesą będącą przyrzeczeniem zaszeregowania obiektu;
- obiekt nie znajduje się w Centralnym Wykazie Obiektów Hotelarskich;
- przedsiębiorca oświadczył (oświadczenie z dnia 31 marca 2014 r.), że w okresie do 31 kwietnia 2016 r. nie są prowadzone usługi w zakresie wynajmu hoteli, co spowodowane jest pracami remontowymi; od maja 2016 r. do 31 października 2016 r. w obiekcie będą przyjmowane grupy młodzieży; usunięte zostały wszystkie nieprawidłowe oznaczenia za wyjątkiem informacji zamieszczonych na stronie internetowej, co spowodowane jest brakiem kontaktu z osobą odpowiedzialną za jej prowadzenie;
(dowód: karty nr 104-112).

8. Ustalenia wynikające z kontroli przeprowadzonej w dniu 6 października 2016 r.

- obiekt oznaczony na zewnątrz napisem „Jura” oraz oznaczeniem „JH”;
- szyld reklamowy umieszczony na drodze dojazdowej Kroczyce-Żarki zawierający napis „Jura Hotel”;
- nazwa rodzajowa „hotel” zamieszczona na stronie internetowej portalu turystycznego www.booking.com oraz na portalu społecznościowym Facebook;
- przedsiębiorca nie posiada własnej strony internetowej;
- przedsiębiorca nie dysponuje decyzją Marszałka Województwa o zaszeregowaniu obiektu do odpowiedniego rodzaju i kategorii;
- pełnomocnik przedsiębiorcy Pan Paweł Tylkowski złożył oświadczenie o ponoszeniu odpowiedzialności za używane oznaczenia, jak również zobowiązał się do usunięcia oznaczeniem ze stron internetowych w terminie dwóch tygodni oraz usunięcia szyldu reklamowego na drodze dojazdowej w trakcie trwania kontroli;

(dowód: karty nr 113-124).

W toku postępowania prowadzonego przez Prezesa UOKiK ustalono, że na stronach internetowych przedsiębiorca posługuje się między innymi następującymi oznaczeniami:

1. Na stronie internetowej:

<http://www.booking.com/hotel/pl/hotel-jura-kroczyce.pl.html?label=gen173rf-1FEg1yZXZpZXdfd2lkZ2V0KLYBQhNob3RlbC1qdXJhLWtyb2N6eWNlSB5YA2i2AYgBAZgBHrgBDMgBDNgBAegBAfgBA6ICDGhvdGVsanVyYS5wbKgCAw;sid=37f32c9e45e0b87f35ff56e9a9cf0ceb;tmpl=hotel;label=rw-378558-pl#tab-main>

„Hotel Jura

Ten obiekt objęty jest naszym programem obiektów preferowanych. Oznacza to, że należy on do grupy obiektów oferujących doskonałą obsługę i wysoką jakość usług za dobrą cenę. Uczestnictwo w programie wymaga spełnienia określonych kryteriów. Pod uwagę brane są również opinie poprzednich Gości.

ul. Batalionów Chłopskich 8, 42-425 Kroczyce, Polska”

„Hotel Jura znajduje się w centralnej części Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej. Oferuje on przytulnie urządzone pokoje i apartamenty wyposażone w bezpłatny bezprzewodowy dostęp do Internetu oraz telewizor z dostępem do kanałów telewizji satelitarnej. Obiekt dysponuje całodobową recepcją.

Goście **hotelu Jura** mogą zrelaksować się w ogrodzie lub na tarasie słonecznym, z którego roztaczają się widoki na wyżynę. Na miejscu dostępny jest sprzęt do grillowania.

Bar serwuje rozmaite drinki i dysponuje stołem bilardowym. Na dzieci czeka plac zabaw na świeżym powietrzu.

Dwie hotelowe restauracje, Grota i Jurajska, zapraszają na potrawy kuchni polskiej oraz międzynarodowej. Śniadanie serwowane jest w formie bufetu.

Hotel Jura znajduje się 770 metrów od lasu i 220 metrów od pięknego stawu. Goście mogą bezpłatnie korzystać z prywatnego parkingu.”

„Obiekt **Hotel Jura** obsługuje Gości Booking.com od 23 MAR 2012.”

„Udogodnienia w obiekcie **Hotel Jura**”

„Prosimy o wcześniejsze poinformowanie obiektu **Hotel Jura** o planowanej godzinie przyjazdu.”

„Najnowsze opinie o obiekcie **Hotel Jura**.”

(dowód: karty nr 129-138).

2. Na stronie internetowej:

https://www.facebook.com/pg/HotelJura/about/?ref=page_internal

„ZNAJDŹ NAS

Ul. Batalionów Chłopskich 8

Kroczyce

@HotelJura

Wyślij wiadomość

DODATKOWE INFORMACJE KONTAKTOWE

repcja@jurahotel.pl

<http://www.hoteljura.pl>

Informacje

Komfortowy hotel na Jurze Krakowsko - Częstochowskiej

categories

Hotel"

(dowód: karty nr 139-141).

3. Na stronie internetowej: <http://hoteljura.pl/o-nas/>

„W hotelu Jura oferujemy Gościom pokoje z łazienkami z pełnym węzłem sanitarnym. W pokojach: telefon i bezprzewodowy dostęp do Internetu (Wi-Fi). Pokoje w hotelu podzielone na 3 kategorie: Economy, Standard i Lux. Możemy przyjąć razem 77 osób.” (dowód: karty nr 142-143).

4. Na stronie internetowej <http://hoteljura.pl/hotel/> znajduje się zdjęcie obiektu, z którego wynika, że na zewnętrznej elewacji umieszczone jest oznaczenie „Jura Hotel” oraz oznaczenie „***” - zdjęcie nr 2 (dowód: karty nr: 159).

W toku przeprowadzonych czynności ustalono również, że obiekt w Kroczykach przy ul. Batalionów Chłopskich 8 według stanu na dzień 1 czerwca 2017 r. nie widnieje w Centralnym Wykazie Obiektów Hotelarskich (<https://turystyka.gov.pl>), co oznacza, że nie został zarejestrowany do kategorii obiektów hotelarskich decyzją Marszałka Województwa.

Obrót przedsiębiorcy w 2016 r. wyniósł [...] zł (dowód: karta nr 151-155).

Prezes Urzędu zważył, co następuje:

Ad I

Naruszenie interesu publicznego

Stosownie do art. 1 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, ochrona interesów przedsiębiorców i konsumentów podejmowana w ramach działań Prezesa Urzędu jest prowadzona 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 dotyczą szerokiego kręgu uczestników rynku, zaburzając jego prawidłowe funkcjonowanie.

W opinii Prezesa Urzędu, rozpatrywana sprawa ma charakter publicznoprawny, gdyż wiąże się z ochroną interesu wszystkich konsumentów, którzy byli, są lub mogli stać się klientami przedsiębiorcy, korzystając ze świadczonych przez niego usług. Objęte zarzutami działania przedsiębiorcy wymierzone były w szeroki i bliżej nieokreślony krąg uczestników rynku, ponieważ były one skierowane do członków określonej zbiorowości tj. wszystkich rzeczywistych i potencjalnych klientów przedsiębiorcy. Naruszenie interesu publicznoprawnego przejawia się tym samym w naruszeniu zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie istnieją zatem podstawy do oceny zachowania przedsiębiorcy pod kątem stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Status przedsiębiorcy

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów pod pojęciem „przedsiębiorcy” należy m.in. rozumieć przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2017 r., poz. 2168) tj. osobę fizyczną, osobę prawną i jednostkę organizacyjną nie będącą osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą. Działalnością gospodarczą jest zgodnie z przepisem art. 2 tej ustawy, zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

W niniejszym postępowaniu podmiot będący stroną postępowania posiada status przedsiębiorcy, gdyż prowadzi działalność na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. Zachowania niniejszego podmiotu podlegają zatem bez wątpienia kontroli dokonywanej na podstawie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Tym samym **Agnieszka Spera-Tylkowska** przy wykonywaniu działalności gospodarczej podlega rygorom określonym w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów i jej działania mogą podlegać ocenie pod kątem naruszenia zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Bezprawność działań

Zgodnie z art. 24 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Art. 24 ust. 2 ww. ustawy przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie godzące w nie bezprawne lub sprzeczne z dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy.

Dla uznania, że mamy do czynienia z praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów spełnione muszą być dwie przesłanki: działanie przedsiębiorcy musi być bezprawne i jednocześnie naruszać zbiorowy interes konsumentów.

Bezprawność tradycyjnie ujmowana jest jako sprzeczność (niezgodność) z prawem. Bezprawność ma charakter obiektywny, niezależny od wystąpienia szkody i zamiaru podmiotu dopuszczającego się bezprawnych działań. W związku z tym dokonując oceny, czy działanie przedsiębiorcy jest bezprawne w pierwszej kolejności należy stwierdzić, czy wykazuje sprzeczność z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym. Pod pojęciem porządku prawnego rozumie się nie tylko nakazy i zakazy wynikające z norm prawnych, lecz również te, które wynikają z zasad współżycia społecznego, czyli norm moralnych i obyczajowych. Praktyki przedsiębiorców mogą bowiem okazać się bezprawne również w sytuacji stwierdzenia naruszenia zasad współżycia społecznego i dobrych obyczajów¹.

W ramach niniejszego postępowania zarzucono przedsiębiorcy naruszenie art. 43 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych, który stanowi, iż nazwy rodzajów i oznaczenia kategorii obiektów hotelarskich, o których mowa w art. 36 i art. 37, podlegają ochronie prawnej i mogą być stosowane wyłącznie w odniesieniu do obiektów hotelarskich w rozumieniu tej ustawy. Zgodnie z art. 36 ustawy o usługach turystycznych „*Ustala się następujące rodzaje obiektów: 1. hotele - obiekty posiadające co najmniej 10 pokoi, w tym większość miejsc w pokojach jedno- i dwuosobowych, świadczące szeroki zakres usług związanych z pobytem klientów, (...)*”. Art. 37 tej ustawy stanowi natomiast, że „*Ustala się dla 1. Hoteli, moteli i pensjonatów - pięć kategorii oznaczonych gwiazdkami (...)*”.

W tym miejscu wskazać należy, jak prawidłowo przebiega zaszeregowanie obiektu do określonego rodzaju i kategorii. Zgodnie z art. 38 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych zaszeregowania obiektów hotelarskich do poszczególnych rodzajów dokonuje, kategorię nadaje oraz prowadzi ich ewidencję marszałek województwa właściwy ze względu na miejsce położenia obiektu hotelarskiego. Stosownie do art. 38 ust. 4a tej ustawy marszałek

¹ Kohutek K., Sieradzka M., *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2008, s. 586-587

województwa powołuje zespół oceniający obiekty hotelarskie w zakresie spełniania wymagań, o których mowa w art. 35 ust. 1. W skład zespołu powołuje się przedstawicieli marszałka województwa, a ponadto mogą być powołane:

- osoby posiadające kwalifikacje zawodowe i praktykę w świadczeniu usług hotelarskich lub turystycznych, wskazane przez jednostki samorządu gospodarczego i stowarzyszenia działające w zakresie turystyki i hotelarstwa;
- osoby będące przedstawicielami Państwowej Straży Pożarnej, Państwowej Inspekcji Sanitarnej, administracji architektoniczno-budowlanej i nadzoru budowlanego.

Jak stanowi art. 39 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych, przed rozpoczęciem świadczenia usług hotelarskich w obiekcie hotelarskim, przedsiębiorca jest obowiązany uzyskać zaszeregowanie tego obiektu do odpowiedniego rodzaju i kategorii.

Zgodnie natomiast z art. 40 ust. 3 ustawy o usługach turystycznych organy wymienione w ww. art. 38 mają prawo kontrolować, w zakresie swojej właściwości miejscowej, przestrzeganie wymagań przewidzianych dla obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie. Przepis kolejny stanowi, że jeżeli obiekt przestaje spełniać wymagania określone dla obiektu danego rodzaju i kategorii, to właściwy organ dokonuje z urzędu zmiany lub w ogóle uchyla decyzję o zaszeregowaniu. W takich przypadkach, gdy wymagania nie są spełnione, uprawniony organ może również nakazać wstrzymanie świadczenia usług.

Z powyższego wynika, że uprawnione organy mogą ingerować w daleko idący sposób w działalność podmiotów prowadzących obiekty hotelarskie, sprawdzając jakość świadczonych usług w kontekście ich zakresu, a także bezpieczeństwa (przeciwpożarowego, sanitarnego, budowlanego). W przypadku, gdy stwierdzają one zaistnienie nieprawidłowości, mogą podjąć działania uniemożliwiające prowadzenie dalszej działalności, przynajmniej do czasu usunięcia nieprawidłowości.

Ze względu na to, że przedsiębiorcy, poddając weryfikacji prowadzone przez siebie obiekty, uzyskując ich zaszeregowanie do odpowiedniego rodzaju i kategorii i podając usługobiorcom stosowne informacje na temat zaszeregowania, zapewniają ich o jakości oferowanych usług, posługując się wymienionymi w ustawie o usługach turystycznych nazwami i przyporządkowanymi do nich kategoriami, podlega ochronie prawnej. Z art. 43 ustawy o usługach turystycznych wynika ponadto, że nazwy rodzajów i oznaczenia kategorii obiektów hotelarskich mogą być stosowane wyłącznie w odniesieniu do obiektów hotelarskich w rozumieniu tej ustawy.

Istotą przytoczonych powyżej przepisów jest zapewnienie osobom korzystającym z usług hotelarskich odpowiedniej ochrony i bezpieczeństwa, zapewnienie gwarancji określonej, ustandaryzowanej jakości.

Oceniane działanie przedsiębiorcy stoi w sprzeczności z przywołanymi przepisami, co przejawia się w sprzeczności z art. 43 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych. Przedsiębiorca posługuje się nazwą hotel oraz kategorią „***” w sposób bezprawny. Jakość i zakres oferowanych przez niego usług nie była weryfikowana przez uprawniony do tego podmiot, a mimo to przekaz kierowany przez niego do konsumentów sugeruje odmienną sytuację.

Powyższe bezsprzecznie dowodzi **bezprawności** zachowania przedsiębiorcy.

Rozważane zachowanie przedsiębiorcy należy ocenić w kontekście przepisów ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Ustawa ta w art. 4 ust. 1 stanowi, iż „*Praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu*”. Zgodnie z art. 4 ust. 2 tej ustawy „*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 przestank określonych w ust. 1”.

Z powyższego wynika, że wystarczy, aby praktyka przedsiębiorcy wprowadzała w błąd, aby mogła zostać uznana za nieuczciwą praktykę rynkową.

Art. 5 ust. 1 i 2 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym określa sytuacje, w których należy uznać, że przedsiębiorca wprowadza konsumentów w błąd. Przepis ten stanowi, że *„Praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął”*. Wprowadzającym w błąd działaniem może być natomiast w szczególności rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji, o czym mowa w art. 5 ust. 2 pkt 1 ww. ustawy.

Z brzmienia przytoczonych przepisów wynika, że działanie przedsiębiorcy polegające na rozpowszechnianiu nazwy „hotel” oraz oznaczenia „***” bez posiadania wymaganej prawem decyzji administracyjnej, może zostać uznane za wprowadzające konsumentów w błąd rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji. Praktyka tego rodzaju może mieć bezpośredni wpływ na podejmowane przez konsumentów decyzje dotyczące wyboru obiektu hotelarskiego. W przypadku usług związanych z zakwaterowaniem konsumentów, decydując się na pobyt w danym obiekcie, uwzględniają przede wszystkim oferowany standard obiektu oraz cenę usługi (jak również relacje pomiędzy wskazanymi kryteriami). Dlatego też dla ujednoczenia stosowanych przez przedsiębiorców oznaczeń wprowadzone zostały wymagania, które musi spełnić obiekt, aby mógł zostać zaliczony do danego rodzaju (hotel) oraz kategorii (ilość gwiazdek). Szczegółowe regulacje w tym zakresie zawarte zostały w załączniku nr 1 do rozporządzenia Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 19 sierpnia 2004 r. w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie (Dz. U. z 2006 r., Nr 22, poz. 169 ze zm.). Wynikające z rozporządzenia wymagania dotyczą przede wszystkim wielkości obiektu, jego wyposażenia oraz zakresu świadczonych usług, w tym usług gastronomicznych. Celem ujednoczenia oznaczeń obiektów hotelarskich jest przede wszystkim zapewnienie osobom korzystającym z ich usług określonego standardu, takiego samego w każdym obiekcie. W ten sposób konsument decydują się na pobyt w obiekcie zaliczonym np. do kategorii hoteli trzygwiazdkowych, może mieć pewność co do jego wielkości, rodzaju pokoi, wyposażenia obiektu oraz dostępnych usług. Wszystkie te elementy składają się na jakość usługi hotelarskiej, która poza ceną, jest zasadniczym kryterium wyboru stosowanym przez konsumentów. Postępowanie się przez przedsiębiorcę wskazanymi wyżej oznaczeniami bez wymaganej przepisami prawa decyzji administracyjnej, może powodować, że konsument dokona wyboru danego obiektu hotelarskiego, pozostając w błędnym przekonaniu o konieczności spełnienia przez ten obiekt określonych prawem standardów. Może on również dokonując wyboru obiektu uwzględnić korzystną relację ceny i oczekiwanej jakości usługi hotelarskiej, w stosunku do innych dostępnych na rynku ofert, nie mając jednocześnie gwarancji, że wybrana oferta spełnia przewidziane prawem standardy. W każdym z powyższych przypadków istotne znaczenie będzie miało przekonanie konsumenta, że określone oznaczenie obiektu jest równoznaczne ze spełnieniem minimalnych wymagań przewidzianych dla obiektów danego rodzaju i danej kategorii.

Z przytoczonych powyżej przyczyn ustawodawca przewidział w art. 43 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych, że nazwy rodzajów i oznaczenia kategorii obiektów hotelarskich, o których mowa w art. 36 i art. 37 tej ustawy (w tym hoteli), podlegają ochronie prawnej i mogą być stosowane wyłącznie w odniesieniu do obiektów hotelarskich w rozumieniu tej ustawy. Zgodnie z art. 38 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych ocena spełniania wymagań przez dany obiekt koniecznych do jego zakwalifikowania do określonego rodzaju i kategorii dokonywana jest przez marszałka województwa właściwego ze względu na położenie obiektu hotelarskiego w drodze decyzji administracyjnej. W konsekwencji naruszenie normy wynikającej z art. 43 ust. 1 ustawy o usługach hotelarskich może polegać na oznaczeniu

obiekty nazwą rodzajową lub oznaczeniem kategorii wbrew decyzji administracyjnej albo w ogóle bez posiadania takiej decyzji. Niezgodnym z prawem stosowaniem oznaczeń będzie zarówno ich umieszczanie na elewacjach budynku, jak również w opisach obiektów oraz w różnego rodzaju materiałach informacyjnych. W świetle powyższego posługiwanie się przez Agnieszkę Spera-Tylkowską rodzajową nazwą „hotel” oraz oznaczeniem „***” bez wymaganej prawem decyzji marszałka województwa (właściwego ze względu na miejsce położenia obiektu hotelarskiego) o zaszeregowaniu obiektu hotelarskiego do odpowiedniego rodzaju i kategorii, narusza przepis art. 43 tej ustawy.

W analizowanym przypadku przedsiębiorca działa w sposób ustalony, ciągły i jednolity, a zatem stosuje praktykę. Praktyka ta polega na rozpowszechnianiu informacji nieprawdziwych. Stosując oznaczenia objęte ochroną prawną pomimo braku uprawnień w tym zakresie przedsiębiorca wprowadza konsumentów w błąd, co do świadczonych przez siebie usług. Może on w ten sposób doprowadzić do podjęcia przez konsumentów decyzji, której przy świadomości, iż obiekt nie został poddany weryfikacji i zaszeregowany do wskazywanego rodzaju i kategorii, by nie podjęli. Przedsiębiorca świadomie i celowo rozpowszechnia nieprawdziwe informacje zarówno w samym obiekcie, na zewnątrz, a także w Internecie.

Nie bez znaczenia jest fakt, iż u przedsiębiorcy odbyły się wielokrotne kontrole przeprowadzone przez Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej, w czasie których zwracano mu uwagę na bezprawność jego zachowania. Powyższe oznacza, że przedsiębiorca miał pełną świadomość bezprawności swego zachowania, a w konsekwencji tego musiał zdawać sobie sprawę, iż podając nieprawdziwe informacje może dezinformować konsumentów. Należy również zauważyć, że bezpośrednio po bądź w trakcie kontroli przedsiębiorca usuwał niektóre z oznaczeń, by następnie umieścić je w innym miejscu lub formie. Powyższe dowodzi pełnej świadomości przedsiębiorcy co do bezprawności swojego zachowania, jak również lekceważącego stosunku do wyników przeprowadzanych kontroli. Bezprawnie stosowane oznaczenia, którymi posługuje się przedsiębiorca wpływają bez wątplenia na zwiększenie prestiżu prowadzonego przez niego obiektu, jednakże mogą sugerować wyższą jakość usług oraz ich bezpieczeństwo na określonym poziomie.

Zaznaczyć trzeba, że ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym posługuje się pojęciem przeciętnego konsumenta. To w odniesieniu do przeciętnego konsumenta powinna być dokonywana ocena każdej praktyki rynkowej, w tym praktyki polegającej na działaniu wprowadzającym w błąd.

Oznaczając model przeciętnego konsumenta na potrzeby niniejszej sprawy stwierdzić trzeba, że jest to osoba korzystająca z usług noclegowych w różnych obiektach, mająca świadomość, że największy zakres usług dodatkowych dostępnych dla gości będzie dostępny w hotelu. Osoby poszukujące określonego komfortu oraz swobody zainteresują się ofertą dotyczącą hotelu, a nie innego obiektu. Jednocześnie przyjąć należy, że weryfikacja informacji dostępnych wewnątrz i na zewnątrz obiektu w połączeniu informacjami zamieszczonymi na profesjonalnie opracowanej stronie internetowej powinna zostać uznana za taką, której dokonuje przeciętny konsument poszukujący noclegu. We wszystkich tych miejscach napotka się on na konsekwentnie przekazywaną informację, iż rozważany obiekt jest „hotelem” o kategorii „***”.

Okoliczności niniejszej sprawy wskazują zatem na fakt, iż przedsiębiorca dopuścił się naruszenia ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w ww. zakresie.

Podsumowując tę część uzasadnienia jednoznacznie stwierdzić zatem trzeba, że oceniane zachowanie przedsiębiorcy jest bezprawne i stanowi **nieuczciwą praktykę rynkową**.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie objaśnia znaczenia pojęć „godzenia w interesy konsumentów” oraz „zbiorowego interesu konsumentów”. Należy przyjąć, że interesem, który podlega ochronie na podstawie art. 24 powołanej ustawy jest interes prawny, rozumiany jako określone potrzeby konsumenta uznane przez ustawodawcę za

godne ochrony. Działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów wtedy, gdy wywołuje negatywne skutki w sferze ich praw i obowiązków.

Wskazówki co do tego, jak należy pojmować zbiorowy interes konsumentów zawarte są natomiast w art. 24 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stanowi, że nie jest zbiorowym interesem suma indywidualnych interesów konsumentów. W wyroku z dnia 10 kwietnia 2008 r. (sygn. akt III SK 27/07) Sąd Najwyższy wskazał, iż wystarczające dla stwierdzenia, że ma miejsce naruszenie zbiorowych interesów konsumentów powinno być ustalenie, że zachowanie przedsiębiorcy nie jest podejmowane w stosunku do zindywidualizowanych konsumentów, lecz względem członków danej grupy (określonego kręgu podmiotów) wyodrębnionych spośród ogółu konsumentów za pomocą wspólnego dla nich kryterium. W ww. wyroku Sąd Najwyższy stanął na stanowisku, iż sformułowanie „nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów” należy rozumieć w ten sposób, że liczba indywidualnych konsumentów, których interesy zostały naruszone nie decyduje o tym, czy dana praktyka narusza zbiorowe interesy konsumentów. Praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest bowiem takie zachowanie przedsiębiorcy, które podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy w taki sposób, iż potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy.

Zgodnie z powołanym wyrokiem Sądu Najwyższego przez interes zbiorowy należy rozumieć zatem interes dotyczący konsumentów jako określonej zbiorowości. Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów ma miejsce wówczas, gdy negatywnymi skutkami działań przedsiębiorcy dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, mających status konsumentów. Do naruszenia zbiorowego interesu konsumentów konieczne jest, żeby działanie przedsiębiorcy było skierowane nie do konkretnej osoby, lecz do grupy adresatów wyodrębnionych za pomocą wspólnego dla nich kryterium. Działanie o takim charakterze jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa nie tylko w odniesieniu do konkretnych konsumentów, lecz wobec każdego z członków danej zbiorowości. Przy tym zaistnienie przesłanki naruszenia zbiorowego interesu konsumenta nie jest bezpośrednio uzależnione od liczby konsumentów, których interesy zostały rzeczywiście naruszone wskutek działań przedsiębiorcy. Istotne jest to, że przedmiotowe działanie może zagrozić, przynajmniej potencjalnie, interesom pewnego kręgu nieprofesjonalnych uczestników rynku.

W rozważanym przypadku zachowanie przedsiębiorcy spełnia powyższą przesłankę. Jest ono skierowane do ogółu potencjalnych klientów oraz do osób korzystających z usług świadczonych przez przedsiębiorcę. Wywiera ono także niekorzystne skutki w postaci wprowadzenia konsumentów w błąd. Nazwa „hotel” oznacza określony przepisami prawa zakres usług, świadczy o spełnieniu wyszczególnionych w przepisach wymogów, m. in. z zakresu bezpieczeństwa budynku. Przyznanie prawa do nadania nazwy hotel oznacza także, że spełnienie wszystkich wymogów poddano weryfikacji odpowiednich organów. Posłużenie się nazwą „hotel” bez spełnienia przewidzianych przepisami prawa wymogów sprawia, że konsumenci mogą zostać wprowadzeni w błąd co do jakości świadczonych usług. Nawet jeśli w danym obiekcie są świadczone usługi o wysokim standardzie, to ich zakres nie został zweryfikowany i konsumenci nie mogą mieć pewności, co do zakresu składanej im oferty.

Identycznie należy odnieść się do kwestii stosowania przez przedsiębiorcę oznaczenia kategorii wyrażonej gwiazdkami. Określona ilość gwiazdek oznacza opisany w przepisach prawa poziom usług, zakres usług, jakie powinny być dostępne dla korzystających z nich.

Opisane zachowanie przedsiębiorcy jest dla konsumentów niekorzystne, pogarsza ich sytuację faktyczną, godzi więc w ich interesy. W związku z tym, że analizowane zachowanie nie jest skierowane do konkretnych - indywidualnie określonych - osób, lecz do ogółu potencjalnych klientów, **godzi w zbiorowe interesy konsumentów.**

Stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej naruszającej zbiorowe interesy konsumentów świadczy o naruszeniu przez przedsiębiorcę art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Zgromadzony materiał dowodowy wskazuje na to, iż praktyka przedsiębiorcy była nieznacznie modyfikowana na przestrzeni lat, jednakże trwa przynajmniej od 2009 r.

W tych okolicznościach istnieją podstawy do uznania praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów oraz nakazania przedsiębiorcy zaniechania jej stosowania.

Ad II

Zgodnie z art. 103 u.o.k.k., Prezes Urzędu może nadać decyzji w części lub w całości rygor natychmiastowej wykonalności. Okolicznością warunkującą zastosowanie rygoru natychmiastowej wykonalności jest wystąpienie ważnego interesu konsumentów. Oznacza to, że nie w każdej sprawie, w której naruszony został interes konsumentów, zasadnym jest zastosowanie omawianej instytucji. Należy ją uwzględnić tylko wtedy, gdy mamy do czynienia z ważnym interesem konsumentów. Nadanie decyzji rygoru natychmiastowej wykonalności musi zatem poprzedzać dokonanie ustalenia, jaki interes konsumentów doznał w danym przypadku naruszenia oraz czy jest on na tyle ważny, by wydanej decyzji nadać rygor natychmiastowej wykonalności.

W przypadku zakwestionowanej niniejszą decyzją praktyki naruszany jest interes konsumentów polegający na prawie konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych warunkach rynkowych. Przedsiębiorca posługuje się oznaczeniami, których nie ma prawa używać, a które z punktu widzenia konsumenta są odbierane jako gwarancja zapewnienia określonego standardu świadczonych usług. Dodatkowo oznaczenia te mogą utrudniać konsumentom rzetelne porównanie ofert dostępnych na rynku. Konsument będzie bowiem zawsze analizował oferty spełniające takie same bądź zbliżone kryteria. Na tej podstawie będzie mógł dokonać racjonalnego wyboru obiektu spełniającego jego oczekiwania zarówno w zakresie rodzaju usługi, jak i ceny. Istotne z punktu widzenia interesów konsumenta jest zatem to, aby mógł on podjąć decyzję mając pełną wiedzę na temat tego, czy dany obiekt jest faktycznie hotelem o określonej kategorii. Nie może budzić wątpliwości, że Przedsiębiorca ma pełną świadomość powyższych okoliczności. Używanie przez niego wskazanych w niniejszej decyzji oznaczeń jest ukierunkowane na zachęcenie jak największej liczby konsumentów do skorzystania z oferty Przedsiębiorcy. Zarówno nazwa „hotel”, jak i znak graficzny gwiazdek, kojarzone są jednoznacznie przez konsumentów z określonym standardem usług. Oznaczenia obiektu stanowią zatem w tym przypadku rodzaj informacji przekazywanej konsumentom na temat tego, że warunki świadczonych usług spełniają określone normy prawne i zostały zweryfikowane przez właściwe organy. Wieloletnie stosowanie opisanej w niniejszej decyzji praktyki potwierdza natomiast, że Przedsiębiorca doskonale zdaje sobie sprawę ze skutku swojego działania.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na pogląd Trybunału Konstytucyjnego, który w wyroku z dnia 21 kwietnia 2004 r. (sygn. akt: K 33/03) podkreślił, że *ochrona konsumenta nie jest działaniem o charakterze protekcyjnistyczno-paternalistycznym, lecz zmierza do zabezpieczenia interesów słabszego uczestnika rynku, którego wiedza i orientacja są - w porównaniu do profesjonalnego partnera (sprzedawcy, usługodawcy) - ograniczone. Konsument ma słabszą pozycję przetargową, a jego swoiste upośledzenie wynika z przyczyn systemowych, determinowanych pozycją rynkową. Z tej też przyczyny działania na rzecz ochrony konsumenta, które mają umocnić jego pozycję wobec profesjonalnego partnera służą wyrównaniu ich szans i zapewnieniu - także na rynku detalicznym, swobody dokonania wyboru i podjęcia nieskrępowanej decyzji. Istotą ochrony konsumenta nie jest więc nadawanie mu dodatkowych nadzwyczajnych przywilejów, lecz poddanie całości obrotu praktykom „rynkowo-kompensatoryjnym”, które mają przywrócić utraconą zdolność decydowania o konsumpcji. [...] Udział konsumenta w procesach rynkowych powinien być kształtowany w taki sposób, aby mógł on swobodnie i w zgodzie z własnym interesem*

zaspakając - poprzez konkretne transakcje - swe uświadomione potrzeby, na podstawie dostarczonej wiedzy i informacji. Z tego powodu strategicznym założeniem nowoczesnej ochrony konsumenta jest zasada przejrzystości, jawności, rzeczywistej dostępności jasnej, pełnej i zrozumiałej informacji handlowej.

Podkreślić w tym miejscu należy, że zakwestionowana niniejszą decyzją praktyka stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, której stosowanie wobec konsumentów w myśl art. 3 u.p.n.p.r. jest bezwzględnie zakazane. Uregulowanie wskazanego zakazu wiązało się z koniecznością zapewnienia właściwego funkcjonowania rynku gospodarczego i uzyskania odpowiedniego poziomu ochrony konsumentów. Osiągnięcie takiego rezultatu, w ocenie Prezesa Urzędu, jest możliwe wyłącznie w przypadku skutecznego i niezwłocznego eliminowania tego typu praktyk z obrotu.

Ze względu na rażące naruszanie przez Przedsiębiorcę opisanego wyżej interesu konsumentów, Prezes Urzędu zdecydował się nadać obowiązkowi zaniechania zakwestionowanych niniejszą decyzją praktyk rygor natychmiastowej wykonalności. W ocenie Prezesa Urzędu, tylko bowiem w ten sposób zostanie w pełni zrealizowana funkcja prewencyjna wydanej decyzji. Podnieść jednocześnie należy, iż brak nałożenia rygoru może oznaczać skuteczną, z punktu widzenia Przedsiębiorcy, kontynuację ich stosowania. Wobec powyższego, natychmiastowe zaprzestanie opisanych praktyk ma decydujące znaczenie dla zapobieżenia dalszym naruszeniom interesów konsumentów.

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

Ad III

Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może skorzystać z uprawnienia do nałożenia na przedsiębiorcę stosującego praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów kary pieniężnej w wysokości nie większej niż 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia umyślnie, czy też nieumyślnie. Z powyższego wynika, że kara może być nałożona bez względu na okoliczność występowania po stronie przedsiębiorcy winy rozumianej jako świadomość bezprawności zachowania. Okoliczność ta jest jednak czynnikiem relewantnym przy miarkowaniu wysokości nakładanej kary pieniężnej². Stosownie do art. 111 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przy ustalaniu wysokości kar pieniężnych, w tym kar określonych w art. 106 tej ustawy, należy uwzględnić w szczególności okoliczności naruszenia przepisów ustawy oraz uprzednie naruszenie przepisów ustawy, a także: okres, stopień oraz skutki rynkowe naruszenia przepisów ustawy, przy czym stopień naruszenia Prezes Urzędu ocenia biorąc pod uwagę okoliczności dotyczące natury naruszenia i działalności przedsiębiorcy, która stanowiła przedmiot naruszenia (art. 111 ust. 1 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).

Ustalając wysokość kar pieniężnych Prezes Urzędu bierze również pod uwagę okoliczności łagodzące oraz obciążające, które wystąpiły w sprawie. Zgodnie z art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, okolicznościami łagodzącymi są w szczególności: dobrowolne usunięcie skutków naruszenia, zaniechanie stosowania zakazanej praktyki przed wszczęciem postępowania lub niezwłocznie po jego wszczęciu, podjęcie z własnej inicjatywy działań w celu zaprzestania naruszenia lub usunięcia jego skutków oraz współpraca z Prezesem Urzędu w toku postępowania, w szczególności przyczynienie się do szybkiego i sprawnego przeprowadzenia postępowania. Wśród zamkniętego katalogu okoliczności obciążających art. 111 ust. 4 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów wymienia: znaczny zasięg terytorialny naruszenia lub jego skutków, znaczne korzyści uzyskane przez

² Konrad Kohutek w: „Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz”, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2008 r., strona 1027

przedsiębiorcę w związku z dokonaniem naruszeniem, dokonanie uprzednio podobnego naruszenia oraz umyślność naruszenia.

Kara nakładana przez Prezesa Urzędu na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów służy podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Przedsiębiorca, jako profesjonalista powinien wiedzieć, że prowadząc działalność, w ramach której oferuje swe usługi konsumentom, nie może ich w żaden sposób wprowadzać w błąd. Orzeczona kara powinna stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania, tak aby jej nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. W opinii Prezesa Urzędu należy podkreślić aspekt edukacyjny i wychowawczy zastosowanego środka oraz wyrazić nadzieję, że odniesie on spodziewany skutek na przyszłość. Poza wymiarem indywidualnym kary należy zwrócić uwagę na jej wymiar ogólny, funkcję odstrasżającą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

Kara wymierzana w niniejszej sprawie jest nakładana w związku ze stosowaniem przez Stronę niniejszego postępowania praktyki polegającej na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej.

Praktyka ta ujawnia się na etapie poprzedzającym zawarcie kontraktu oraz na etapie jego realizacji. Z jednej strony bowiem wiąże się z przekazywaniem przez przedsiębiorcę wprowadzających w błąd informacji na temat prowadzonego przez niego obiektu, w którym są świadczone usługi hotelarskie. Z drugiej natomiast powoduje dezorientację konsumentów, a w konsekwencji prowadzi do podejmowania przez nich nieświadomych decyzji z powodów przez nich nie zawinionych. Z tego względu praktyka, w związku z którą miarkowana jest niniejsza kara, jest praktyką o stosunkowo dużej szkodliwości. Konsumentom są wprowadzani w błąd, poprzez co nie mają oni świadomości, że faktycznie decydują się na usługę inną niż wskazywana przez przedsiębiorcę, przy czym mogą oni dawać wiarę, iż przedstawiana im oferta dotyczy usług o wyższym standardzie, a przynajmniej zweryfikowanych w odpowiedni sposób.

Oceniana praktyka cechuje się długotrwałością, gdyż jest ona stosowana przez przedsiębiorcę co najmniej od 2009 r.

Jednocześnie Prezes Urzędu stwierdził, że przedsiębiorca działał umyślnie. Wielokrotnie przeprowadzana była u niego kontrola przez Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Katowicach, potwierdzająca za każdym razem nieprawidłowość zachowania przedsiębiorcy. W toku kontroli przedsiębiorca zobowiązywał się do usunięcia naruszeń, a w niektórych przypadkach usuwał je podczas obecności kontrolujących. Nie sposób zatem uznać, że przedsiębiorca nie miał świadomości bezprawności swojego działania. Z tytułu niezgodnego z prawem wykorzystywania chronionych prawem oznaczeń [...]. Powyższe dodatkowo świadczy o umyślnym i celowym charakterze działań. Jednocześnie w sprawie nie wystąpiły żadne okoliczności łagodzące.

Przy ustaleniu wysokości kary w analizowanym przypadku Prezes Urzędu wziął pod uwagę przede wszystkim okoliczności naruszenia przez przedsiębiorcę przepisów ustawy, długość okresu trwania naruszenia, jak również umyślny charakter działań przedsiębiorcy.

W oparciu o obrót osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2016 r., ustalono kwotę bazową stanowiącą punkt wyjścia dla dalszych obliczeń, którą określono na poziomie [...] % obrotu, czyli na poziomie [...] zł (po zaokrągleniu do pełnego złotego).

Po ustaleniu kwoty bazowej przystąpiono do analizy, czy w niniejszej sprawie zasły okoliczności łagodzące i obciążające, które mogłyby mieć wpływ na wymiar kary. W sprawie tej nie wystąpiła żadna okoliczność łagodząca. Ponadto uwzględniając wskazane wyżej argumenty, w szczególności umyślność naruszenia, kwotę bazową podwyższono o [...] % do poziomu [...] zł (po zaokrągleniu do pełnego złotego).

W wyniku obliczeń przeprowadzonych w wyżej opisany sposób, karę pieniężną z tytułu naruszenia art. 24 ust. 1 i 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w zakresie opisanym w punkcie I. sentencji niniejszej decyzji określono na poziomie [...] zł, co stanowi [...] % obrotu oraz [...] % maksymalnego wymiaru kary. Na ostatnim etapie sprawdzono, czy kara obliczona w ww. sposób nie przewyższa kary w maksymalnej wysokości, jaka została przewidziana w przepisie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Sytuacja taka nie ma jednak w niniejszym przypadku miejsca.

Zgodnie z art. 112 ust. 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów karę pieniężną należy uiścić w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000.

Ad IV

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

Zgodnie z art. 263 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego do kosztów postępowania zalicza się koszty podróży i inne należności świadków i biegłych oraz stron w przypadkach przewidzianych w art. 56, a także koszty spowodowane oględzinami na miejscu, jak również koszty doręczenia stronom pism urzędowych. Zgodnie z art. 264 § 1 Kodeksu postępowania administracyjnego jednocześnie z wydaniem decyzji organ administracji publicznej ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu w punkcie I sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną postępowania. W związku z powyższym postanowiono obciążyć przedsiębiorcę kosztami postępowania w wysokości 46 zł (słownie: czterdzieści sześć złotych).

Koszty niniejszego postępowania przedsiębiorca obowiązany jest wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie w NBP o/o Warszawa Nr 51101010100078782231000000 w terminie 14 dni od uprawomocnienia się decyzji.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 479²⁸ § 2 Kodeksu postępowania cywilnego - 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 Katowicach (40-048 Katowice, ul. Kościuszki 43).

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia w przedmiocie rygoru natychmiastowej wykonalności (pkt II sentencji decyzji), stosownie do treści art. 81 ust. 5 u.o.k.k., w związku z art. 479³² § 1 i 2 Kodeksu postępowania cywilnego i na podstawie art. 108 § 2 zd. 2 kodeksu postępowania administracyjnego w związku z art. 83 u.o.k.k., zażalenie na przedmiotowe postanowienie należy wnieść do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach (40-048 Katowice, ul. Kościuszki 43), w terminie tygodniowym od daty doręczenia decyzji.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie IV. niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479³² § 1 i 2 Kodeksu postępowania cywilnego i na podstawie art. 264 § 2 Kodeksu postępowania administracyjnego w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, można wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach (40-048 Katowice, ul. Kościuszki 43) w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.