

PREZES
URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI i KONSUMENTÓW
DELEGATURA URZĘDU OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW
W KATOWICACH

40-024 Katowice, ul. Powstańców 41a
Tel./Fax (0-32) 256-46-96, Tel./Fax (0-32) 255-26-47, Tel./Fax (0-32) 255-44-04
E-mail: katowice@uokik.gov.pl

Katowice, dn. 15.09.2003r.

RKT-61-s-54/03/AW

DECYZJA Nr RKT- 41/2003

- I. Na podstawie art. 23 c ust. 1 w związku z art. 23 a ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002r. Nr 18, poz. 172; ze zm. Dz.U. z 2003r. Nr 6, poz. 68) po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,
- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
- uznaje się** za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Przedsiębiorstwa Turystyczno-Usługowego „MARO” Sp. z o.o. w Tychach, ul. Darwina 4, polegające na stosowaniu we wzorcach umów w/w przedsiębiorcy dotyczących świadczenia usług turystycznych, zwanych Warunkami Uczestnictwa, postanowień naruszających przepisy ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o usługach turystycznych (tekst jednolity Dz.U. z 2001r. Nr 55, poz. 578), w ten sposób że:
1. Rozdział II WU Warunki płatności – pkt 3 o brzmieniu -
„PTU „Maro” zastrzega sobie prawo zmiany cen imprez z powodu zmian: przepisów prawnych i podatkowych, kursów walut, cen paliwa, taryf przewozowych, cen usług hotelarskich oraz innych mających wpływ na kalkulację. O zmianie ceny PTU „Maro” powiadomi uczestnika nie później niż 20 dni przed rozpoczęciem imprezy.” narusza art. 17 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych.
 2. Rozdział II WU Warunki płatności – pkt 4 o brzmieniu -
„Wzrost ceny o więcej niż 15% upoważnia uczestnika do rezygnacji z imprezy pod warunkiem powiadomienia PTU „Maro” nie później niż 3 dni od daty otrzymania zawiadomienia o zmianie ceny. Brak powiadomienia w podanym wyżej terminie traktowany będzie przez PTU „Maro” jako przyjęcie przez uczestnika nowych warunków.” narusza art. 14 ust. 5 ustawy o usługach turystycznych.
 3. Rozdział IV WU Ubezpieczenia – pkt 1 o brzmieniu -
„Organizator ubezpiecza w STU „Ergo Hestia” S.A. w Sopocie uczestników na podstawie polisy generalnej od kosztów leczenia (KL 50.000,- PLN) oraz następstw nieszczęśliwych wypadków (NNW 10.000,- PLN) na warunkach ogólnych ubezpieczyciela, z którymi Klient ma obowiązek zapoznać się w biurze przed wyjazdem.” narusza art. 14 ust. 2 pkt 7 ustawy o usługach turystycznych.
 4. Rozdział VII WU Wyłączenie odpowiedzialności –
pkt 2 o brzmieniu -

„PTU „Maro” nie odpowiada za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy, jeżeli zostało to spowodowane wyłącznie działaniem lub zachowaniem Klienta lub osób trzecich nie biorących udziału w wykonywaniu umowy albo siłą wyższą.”

pkt 4 zdanie 2 o brzmieniu -

„PTU „Maro” nie pżnosi jednak odpowiedzialności za szkodę w bagażu powierzonym, jeżeli zaistniała ona z jednej z przyczyn wymienionych w par. VII pkt 2.”

naruszają art. 11 b ustawy o usługach turystycznych.

i **nakazuje się** zaniechanie jej stosowania.

- II. Na podstawie art. 23 d w związku z art. 23 a ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002r. Nr 18, poz. 172; ze zm. Dz.U. z 2003r. Nr 6, poz. 68) po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,
– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
stwierdza się że praktyka Przedsiębiorstwa Turystyczno-Usługowego „MARO” Sp. z o.o. w Tychach, ul. Darwina 4, polegająca na nie informowaniu klientów, z którymi umowy zawierane są na odległość przy wykorzystaniu technik komunikowania się na odległość, o prawie odstąpienia od umowy o świadczenie usług turystycznych bez podania przyczyn w terminie dziesięciu dni **nie narusza** zbiorowych interesów konsumentów.
- III. Na podstawie art. 23 c ust. 1 w związku z art. 23 a ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002r. Nr 18, poz. 172; ze zm. Dz.U. z 2003r. Nr 6, poz. 68) po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,
– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działanie Przedsiębiorstwa Turystyczno-Usługowego „MARO” Sp. z o.o. w Tychach, ul. Darwina 4, polegające na nie podawaniu klientom korzystającym z transportu zorganizowanego przez Przedsiębiorstwo Turystyczno-Usługowe „MARO” Sp. z o.o. we właściwym czasie przed rozpoczęciem imprezy turystycznej informacji na piśmie o adresie i numerze telefonu lokalnego przedstawiciela w/w przedsiębiorcy, do którego klient może zwracać się w razie trudności oraz o miejscu i czasie trwania postojów, co narusza art. 13 ust. 3 pkt 1 i 3 w związku z art. 13 ust. 3a ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o usługach turystycznych i **nakazuje się** zaniechanie jej stosowania.
- IV. Na podstawie art. 23 c ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002r. Nr 18, poz. 172; ze zm. Dz.U. z 2003r. Nr 6, poz. 68) po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,
– działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
określa się Przedsiębiorstwu Turystyczno-Usługowemu „MARO” Sp. z o.o. w Tychach,

ul. Darwina 4, środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu wykonania nakazu polegające na zaniechaniu stosowania we wzorcach umów w/w przedsiębiorcy dotyczących świadczenia usług turystycznych, zwanych Warunkami Uczestnictwa postanowień naruszających przepisy ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o usługach turystycznych (tekst jednolity Dz.U. z 2001r. Nr 55, poz. 578) w umowach niewykonanych w dacie uprawomocnienia się decyzji oraz na podawaniu klientom korzystającym z transportu zorganizowanego przez w/w przedsiębiorcę, we właściwym czasie przed rozpoczęciem imprezy turystycznej na piśmie informacji o miejscu i czasie trwania postojów.

- V. Na podstawie art. 100 e ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002r. Nr 18, poz. 172; ze zm. Dz.U. z 2003r. Nr 6, poz. 68) po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,
- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: mając na uwadze ważny interes konsumentów nadaje się decyzji w zakresie punktów I, III i IV **rygor natychmiastowej wykonalności**.
- VI. Na podstawie art. 72 w związku z art. 75 i art. 80 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2003r. Nr 86, poz. 804) oraz stosownie do art. 28 ust. 6 tej ustawy i § 6 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2002 r. w sprawie określenia właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. z 2002r. Nr 18, poz. 172; ze zm. Dz.U. z 2003r. Nr 6, poz. 68), po przeprowadzeniu z urzędu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,
- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: postanawia się zobowiązać Przedsiębiorstwo Turystyczno-Usługowe „MARO” Sp. z o.o. w Tychach, ul. Darwina 4, do poniesienia kosztów niniejszego postępowania w wysokości 42 zł (słownie złotych: czterdzieści dwa).

Uzasadnienie

W dniu 15.04.2003r. w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwanego dalej Organem Antymonopolowym), w związku z podjętymi przez Organ Antymonopolowy działaniami mającymi na celu zbadanie, czy organizatorzy turystyki w ramach świadczonych usług przestrzegają obowiązujących przepisów, postanowieniem zostało wszczęte postępowanie wyjaśniające w sprawie zbadania, czy działania Przedsiębiorstwa Turystyczno-Usługowego „MARO” Sp. z o.o., ul. Darwina 4 w Tychach (zwanego dalej Biurem MARO), naruszają zbiorowe interesy konsumentów, o których mowa w art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Celem postępowania było wstępne ustalenie, czy w opisanej sprawie nastąpiło naruszenie przepisów ustawy uzasadniające wszczęcie postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W toku postępowania ustalono, że Biuro MARO prowadzi działalność gospodarczą w zakresie organizowania imprez turystycznych na podstawie zezwolenia nr 89 wydanego przez Wojewodę Śląskiego w dniu 08.12.1999r. (karta nr 16). Biuro MARO świadczy usługi dla klientów z terenu całego kraju poprzez sieć agentów turystycznych (karta nr 4). Przedsiębiorca ten opracował wzór umowy - zgłoszenia udziału w imprezie turystycznej, którego integralną częścią są Warunki Uczestnictwa (zwane dalej WU; karta nr 10). Umowy z klientami zawierane są z zastosowaniem w/w wzoru umowy- zgłoszenia udziału w imprezie

i stanowiących ich część WU (karty nr 5-6, 31-37). Biuro MARO zawiera umowy z klientami nie tylko w siedzibie przedsiębiorcy, ale także na odległość przy wykorzystaniu internetu i poczty (karta nr 17). Biuro MARO posiada stronę internetową, na której przedstawia swoją ofertę. Klient korzystając z internetu może przesłać do Biura MARO swoje dane oraz dane wybranej przez siebie imprezy. Przesłanie przez klienta powyższych danych stanowi zamówienie – rezerwację miejsca w konkretnej imprezie. Umowę – zgłoszenie na zamówioną imprezę sporządzoną na piśmie Biuro MARO przesyła klientowi pocztą w dwóch egzemplarzach, z prośbą o ich podpisanie i odesłanie jednego egzemplarza. Przy zawieraniu umów na odległość Biuro MARO stosuje ten sam wzór umowy - zgłoszenia i te same WU, które przedstawiane są klientowi w jego siedzibie.

Oferta Biura MARO obejmuje imprezy turystyczne z dojazdem zorganizowanym przez samo Biuro albo z dojazdem własnym klienta.

Jak wynika z Protokołu kontroli przeprowadzonej w Biurze MARO w kwietniu 2003r. przez Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Katowicach (karty nr 22-25) w przypadku gdy klient decydował się na dojazd we własnym zakresie otrzymywał vocher, w którym zawarta była informacja o adresie i numerze telefonu lokalnego przedstawiciela Biura MARO (karty nr 23 verte). Jeśli klient zdecydował się na udział w imprezie z dojazdem zorganizowanym przez Biuro MARO (autokary, samoloty) nie otrzymywał w formie pisemnej ani wymaganych informacji o lokalnym przedstawicielu Biura, ani o miejscu i czasie postojów. Jedynie pilot przed podróżą podawał klientom między innymi adresy i numery telefonów przedstawicieli Biura MARO, które następnie były powtarzane przez rezydentów i wywieszane na tablicach informacyjnych w miejscach dostępnych dla turystów (karta nr 27).

Po w/w kontroli Biuro MARO zmieniło swoje zachowanie. Klienci - uczestnicy imprez turystycznych korzystający z transportu zorganizowanego przez Biuro MARO otrzymują każdorazowo informacje o nazwie i miejscowości, w której znajduje się siedziba kontrahenta Biura MARO będącego jego przedstawicielem wraz z numerem telefonu. Informacje powyższe zamieszczane są w voucherze dotyczącym imprezy (karta nr 48-49). Po przyjeździe do danej miejscowości docelowej klienci dowożeni są autokarem bezpośrednio pod hotele, w których przewidziane zostało ich zakwaterowanie. Na miejscu opiekę nad turystami przejmują rezydenci. W dniu przyjazdu każdorazowo organizują oni spotkania informacyjne na których przekazywane są wszystkie potrzebne uczestnikom imprezy informacje w tym nazwisko adres i numer telefonu osoby sprawującej nad nimi opiekę a także godziny codziennych dyżurów w hotelach. Równocześnie te same informacje zamieszczone są na tablicach informacyjnych w hotelach.

Począwszy od obecnego sezonu turystycznego (od dnia 11.06.2003r.; karta nr 46) Biuro MARO dodatkowo wręcza klientom na miejscu zbiórki przed wyjazdem pisemne informacje obejmujące nazwę, adres i numer telefonu jego lokalnego przedstawiciela (karty nr 50-51).

Informacje dotyczące miejsca i czasu trwania postojów w trakcie przewozu do miejsca wypoczynku podawane są każdorazowo ustnie przez pilota przed rozpoczęciem podróży i uzgodnione z pasażerami w trakcie jej trwania. Miejsca i czas trwania postojów uzależnione są od różnych czynników i indywidualnych potrzeb pasażerów, np. postoje na granicach, konieczność postoju ze względów zdrowotnych (karta nr 27). O planowanym czasie przejazdu oraz planowanych dłuższych postojach na terenie Słowacji i Rumunii Biuro MARO informuje klientów w katalogu zawierającym oferty imprez turystycznych w Bułgarii (w sezonie letnim 2003 Biuro MARO organizuje imprezy turystyczne wyłącznie w Bułgarii, stąd planowane postoje na terenie Słowacji i Rumunii; karta nr 84 verte).

Organ Antymonopolowy analizując OWU stwierdził, że niektóre z postanowień w nich zawartych mogą naruszać przepisy ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o usługach turystycznych (tekst jednolity Dz.U. z 2001r. Nr 55, poz. 578).

W wyniku analizy zebranego w trakcie postępowania wyjaśniającego materiału dowodowego w dniu 13.06.2003r. postanowieniem nr 1 wszczęto z urzędu przeciwko Biuru MARO, a

następnie postanowieniem nr 3 z dnia 23.06.2003r. rozszerzono, postępowanie w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów polegających na:

- I. stosowaniu we wzorcach umów postanowień naruszających przepisy ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o usługach turystycznych (tekst jednolity Dz.U. z 2001r. Nr 55, poz. 578) w następującym zakresie:
 1. Rozdział II WU Warunki płatności – pkt 3 o brzmieniu -
„PTU „Maro” zastrzega sobie prawo zmiany cen imprez z powodu zmian: przepisów prawnych i podatkowych, kursów walut, cen paliwa, taryf przewozowych, cen usług hotelarskich oraz innych mających wpływ na kalkulację. O zmianie ceny PTU „Maro” powiadomi uczestnika nie później niż 20 dni przed rozpoczęciem imprezy.”
Stwierdzono możliwość naruszenia art. 17 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych.
 2. Rozdział II WU Warunki płatności – pkt 4 o brzmieniu -
„Wzrost ceny o więcej niż 15% upoważnia do rezygnacji z imprezy pod warunkiem powiadomienia PTU „Maro” nie później niż 3 dni od daty otrzymania zawiadomienia o zmianie ceny. Brak powiadomienia w podanym wyżej terminie traktowany będzie przez PTU „Maro” jako przyjęcie przez uczestnika nowych warunków”
Stwierdzono możliwość naruszenia art. 14 ust. 5 ustawy o usługach turystycznych.
 3. Rozdział IV WU Ubezpieczenia – pkt 1 o brzmieniu -
„Organizator ubezpiecza w STU „Ergo Hestia” S.A. w Sopocie uczestników na podstawie polisy generalnej od kosztów leczenia (KL 50.000 PLN) oraz następstw nieszczęśliwych wypadków (NNW 10.000 PLN) na warunkach ogólnych ubezpieczyciela, z którymi Klient ma obowiązek zapoznać się w biurze przed wyjazdem.”
Stwierdzono możliwość naruszenia art. 14 ust. 2 pkt 7 ustawy o usługach turystycznych.
 4. Rozdział VII WU Wyłączenie odpowiedzialności –
pkt 2 o brzmieniu -
„PTU „Maro” nie odpowiada za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy, jeżeli zostało to spowodowane wyłącznie działaniem lub zachowaniem Klienta lub osób trzecich nie biorących udziału w wykonywaniu umowy albo siłą wyższą.”
pkt 4 zdanie 2 o brzmieniu -
„PTU „Maro” nie pznosi jednak odpowiedzialności za szkodę w bagażu powierzonym, jeżeli zaistniała ona z jednej z przyczyn wymienionych w par. VII pkt 2.”
Stwierdzono możliwość naruszenia art. 11 b ustawy o usługach turystycznych.
- II. nie informowaniu klientów, z którymi umowy zawierane są na odległość przy wykorzystaniu technik komunikowania się na odległość, o prawie odstąpienia od umowy bez podania przyczyn w terminie dziesięciu dni, co może naruszać art. 9 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000r. Nr 22, poz. 271; ze zm. Dz.U. z 2002r. Nr 144, poz. 1204).
- III. nie podawaniu klientom korzystającym z transportu zorganizowanego przez Biuro MARO we właściwym czasie przed rozpoczęciem imprezy turystycznej informacji na piśmie o adresie i numerze telefonu lokalnego przedstawiciela w/w przedsiębiorcy, do którego klient może zwracać się w razie trudności oraz o miejscu i czasie trwania postojów, co może naruszać art. 13 ust. 3 pkt 1 i 3 w związku z art. 13 ust. 3a ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o usługach turystycznych.

Biuro MARO w odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania w piśmie z dnia 18.06.2003r. (karta nr 29-30) poinformowało o wprowadzeniu zmian do WU mających na celu dostosowanie WU do wymagań wynikających ze wskazanych przez Organ Antymonopolowy przepisów ustawy o usługach turystycznych oraz o uzupełnieniu WU o zapis mówiący, iż klient ma prawo odstąpienia od umowy zawieranej przy użyciu środka porozumiewania się na odległość w terminie 10 dni z określonymi wyjątkami.

W piśmie z dnia 02.07.2003r. (karty nr 42-43) Biuro MARO wskazało, że uczestnicy zorganizowanych przez nie imprez turystycznych otrzymują każdorazowo informacje o nazwie i miejscowości w której znajduje się siedziba jego kontrahenta (przedstawiciela). Informacje te są zamieszczane w vocherze dotyczącym imprezy. Vochery doręczane są klientom na miejscu zbiórki przed wyjazdem. Biuro MARO podało również, że o planowanym czasie przejazdu oraz planowanych dłuższych postojach na terenie Słowacji i Rumunii informuje klientów w katalogu zawierającym oferty imprez który, zgodnie z pkt VII 2 Warunków Uczestnictwa, stanowi integralną część umowy o udział w imprezie, a zatem informacje powyższe przekazywane są na piśmie. Odpowiadając na zarzut nie przekazywania klientom informacji przewidzianych w art. 13 ust. 3 pkt 3 ustawy o usługach turystycznych Biuro MARO podniosło, że zgodnie z treścią powołanego przepisu obowiązek podania klientom planowanego czasu przejazdu, miejsca i czasu trwania postojów dotyczy wyłącznie imprezy turystycznej i transportu realizowanego w ramach programu imprezy turystycznej. W ocenie Biura MARO świadczy ono jedynie usługi przewozowe, w tym także związane z organizowanymi imprezami turystycznymi. Świadczone usługi przewozowe nie wchodzą w zakres imprezy turystycznej – którą stanowią pozostałe usługi turystyczne – gdyż nie tworzą jednolitego z nimi programu (Biuro oferuje transport autokarowy, samolotowy lub dojazd własny według wyboru klienta), a ponadto nie są objęte wspólną ceną imprezy (w katalogu i w umowach na usługi transportowe obowiązuje zawsze oddzielna cena). Świadczone zatem przez Biuro MARO usługi przewozowe nie są w jego ocenie imprezą turystyczną. Biuro MARO zostało zawiadomione o zakończeniu zbierania materiału dowodowego i o możliwości zapoznania się z nim w siedzibie Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach (karta nr 89). Z możliwości tej jednak nie skorzystało.

Organ Antymonopolowy zważył co następuje.

Zgodnie z art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w art. 23 a ust. 2 stanowi, że za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów uważa się w szczególności stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o których mowa w art. 479⁴⁵ Kodeksu postępowania cywilnego, naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwą lub wprowadzającą w błąd reklamę i inne czyny nieuczciwej konkurencji godzące w zbiorowe interesy konsumentów. Zbiorowe interesy konsumentów podlegają zatem ochronie przed godzącymi w nie naruszeniami polegającymi na sprzecznych z prawem (zakazanych przez przepisy innych ustaw) działaniach przedsiębiorców. Tworząc katalog działań, które będą uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów ustawodawca posłużył się zwrotem „w szczególności”. Oznacza to, że wskazany katalog ma charakter przykładowy. Zamiarem ustawodawcy było uznanie za praktykę działań, które naruszyły przepisy innych ustaw. W przepisie art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nie ma odwołania do konkretnych ustaw, z tego względu, że byłoby to sprzeczne z zasadami poprawnej legislacji, ale też niepotrzebnie ograniczało Organ Antymonopolowy w jego decyzjach w sprawach niedozwolonych praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Normy materialnoprawne istotne z punktu widzenia wydania decyzji znajdują się w innych ustawach, poza ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów. Organ Antymonopolowy wydając decyzję, o jakiej mowa w art. 23 c w/w ustawy, musi zatem zastosować inne ustawy i na podstawie ich przepisów ocenić, czy działanie przedsiębiorcy było bezprawne. Przesłankami zastosowania art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w przedmiotowej sprawie jest wykazanie bezprawności działań przedsiębiorcy polegających na naruszeniu zbiorowych interesów konsumentów. Wobec powyższego, aby określone zachowanie mogło zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów konieczne jest łączne spełnienie dwóch przesłanek:

- bezprawne działanie przedsiębiorcy,
- działanie powyższe narusza zbiorowe interesy konsumentów.

Warunki świadczenia usług turystycznych reguluje ustawa z dnia 29 sierpnia 1997r. o usługach turystycznych (tekst jednolity Dz.U. z 2001r. Nr 55, poz. 578). Wspomniana ustawa szczegółowo reguluje obowiązki organizatora imprez turystycznych w stosunku do klientów korzystających z jego oferty. Określa ona niezbędne informacje, które organizator turystyki ma obowiązek przedstawić konsumentowi przed podpisaniem umowy. Informacje podawane klientowi muszą być przedstawione w sposób jasny i zrozumiały. Ponadto w/w ustawa określa niezbędne elementy umowy o świadczenie usług turystycznych polegających na organizowaniu imprez turystycznych. Określa obowiązki i prawa stron takiej umowy. Celem wprowadzenia do przedmiotowej ustawy szczegółowych zapisów nakładających na organizatorów imprez turystycznych określone obowiązki było zapewnienie klientowi należytej ochrony przed silniejszą stroną umowy, jaką jest organizator imprezy turystycznej. Świadczy o tym bezwzględnie wiążący charakter tych przepisów. Problematyce ochrony klienta poświęcony jest rozdział 3 ustawy o usługach turystycznych. Przeprowadzając analizę Warunków Uczestnictwa stosowanych przez Biuro MARO Organ Antymonopolowy oparł się zatem na ustawie o usługach turystycznych i dokonał następujących ustaleń.

Jednym z istotnych postanowień umowy, co wynika z art. 14 ust. 2 pkt 5 ustawy o usługach turystycznych, jest cena imprezy turystycznej. Art. 17 ust. 1 tej ustawy stanowi, że cena ustalona w umowie nie może być podwyższona, chyba że umowa wyraźnie przewiduje możliwość podwyższenia ceny, a organizator turystyki udokumentuje wpływ na podwyższenie ceny jednej z następujących okoliczności: wzrostu kosztów transportu, wzrostu opłat urzędowych, podatków lub opłat należnych za takie usługi, jak lotniskowe, załadunkowe lub przeładunkowe w portach morskich i lotniczych, wzrost kursów walut. Katalog okoliczności uzasadniających zmianę ceny nie może być zatem dowolnie rozszerzany przez organizatora turystyki. Art. 17 ust. 2 ustawy stanowi zaś, że w okresie 20 dni przed datą wyjazdu cena ustalona w umowie nie może być podwyższana. Ustawodawca zatem nie tylko w sposób enumeratywny wskazał okoliczności uzasadniające ewentualny wzrost ceny imprezy ustalonej w umowie, ale i ustalił termin, w jakim zmiana ceny jest niedopuszczalna.

Rozdział II WU Warunki płatności – pkt 3 stanowi:

„PTU „Maro” zastrzega sobie prawo zmiany cen imprez z powodu zmian: przepisów prawnych i podatkowych, kursów walut, cen paliwa, taryf przewozowych, cen usług hotelarskich oraz innych mających wpływ na kalkulację. O zmianie ceny PTU „Maro” powiadomi uczestnika nie później niż 20 dni przed rozpoczęciem imprezy.”

W cytowanym punkcie WU Biuro MARO zastrzegło sobie prawo zmiany cen imprez w szczególności w razie zmian: przepisów prawnych i podatkowych, kursów walut, cen paliwa, taryf przewozowych, cen usług hotelarskich oraz innych mających wpływ na kalkulację. Z przytoczonego powyżej art. 17 ust. 1 wynika, iż niektóre z przyczyn wymienionych wprost przez Biuro MARO, np. wzrost kursów walut, mogą uzasadniać podwyższenie ceny ustalonej w umowie. Jednakże użycie sformułowania „inne (ceny) mające wpływ na kalkulację” stwarza w/w przedsiębiorcy możliwość podwyższania ceny w każdym przypadku, gdy Biuro MARO uzna to za uzasadnione i konieczne, a więc również w okolicznościach nie wymienionych w art. 17 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych.

W oparciu o powyższe stwierdzić zatem należy, iż punkt 3 rozdziału II WU narusza art. 17 ust. 1 w/w ustawy.

Zgodnie z art. 14 ust. 5 ustawy o usługach turystycznych organizator, który przed rozpoczęciem imprezy turystycznej jest zmuszony, z przyczyn od niego niezależnych, zmienić istotne warunki umowy z klientem, z zastrzeżeniem art. 17 ustawy, powinien niezwłocznie o tym powiadomić klienta. W takiej sytuacji klient powinien niezwłocznie poinformować organizatora, czy: 1) przyjmuje proponowaną zmianę umowy albo 2) odstępuje od umowy za natychmiastowym zwrotem wszystkich wniesionych świadczeń i bez

obowiązku zapłaty kary umownej. Cena imprezy turystycznej jest istotnym elementem umowy zawieranej przez biuro podróży z klientem. Poza wyjątkami przewidzianymi w art. 17 ust. 1 ustawy cena nie może być podwyższona. Zmiana ceny w każdym przypadku, w świetle art. 14 ust. 5 w/w ustawy uprawnia klienta do dokonania wyboru pomiędzy przyjęciem proponowanej zmiany a odstąpieniem od umowy.

Art. 14 ust. 5 ustawy o usługach turystycznych nakłada na klienta obowiązek niezwłocznego poinformowania organizatora imprezy turystycznej o swoim stanowisku odnośnie zmiany warunków umowy. Przyjęcie rozwiązania, w świetle którego konieczne jest złożenie stosownego oświadczenia przez klienta pozwala na uniknięcie sytuacji, w której organizator stwierdziwszy brak reakcji klienta na zmianę warunków umowy uzna, że zaakceptował on nowe warunki, gdy tymczasem przyczyną braku odpowiedzi klienta może być fakt, iż powiadomienie o zmianie warunków umowy nie dotarło do niego. W świetle powyższego brak jest podstaw do przyjęcia rozwiązania, iż nie zgłoszenie rezygnacji przez klienta oznacza akceptację nowych warunków umowy.

Rozdział II WU Warunki płatności – pkt 4 stanowi:

„Wzrost cen o więcej niż 15% upoważnia uczestnika do rezygnacji z imprezy pod warunkiem powiadomienia PTU „Maro” nie później niż 3 dni od daty otrzymania zawiadomienia o zmianie ceny. Brak powiadomienia w podanym wyżej terminie traktowany będzie przez PTU „Maro” jako przyjęcie przez uczestnika nowych warunków.”

Punkt 4 rozdziału II WU przyznaje klientowi prawo rezygnacji z imprezy w przypadku podwyższenia jej ceny, jednakże pod warunkiem, iż cena imprezy wzrośnie o więcej niż 15%. Jeżeli cena wzrośnie o mniej niż 15% klient Biura MARO nie może odstąpić od umowy bez poniesienia kosztów rezygnacji. Jak to podnoszono powyżej, zgodnie z art. 14 ust. 5 ustawy o usługach turystycznych klient ma prawo do odstąpienia od umowy w przypadku zmiany istotnych warunków umowy. Jednym z takich warunków jest cena imprezy. Należy podkreślić, że przedmiotowa ustawa nie określa żadnego procentowego progu wzrostu ceny, którego przekroczenie miałoby warunkować skorzystanie przez klienta z w/w prawa. A zatem klient w każdym przypadku zmiany ceny może przyjąć proponowaną podwyżkę albo odstąpić od umowy za natychmiastowym zwrotem wszystkich wniesionych świadczeń i bez obowiązku zapłaty kary umownej. Brak więc jakichkolwiek podstaw do tego, by prawo klienta do odstąpienia od umowy w razie wzrostu ceny imprezy uzależniać od wysokości podwyżki.

We wskazanym powyżej punkcie WU Biuro MARO przyjęło domniemanie, iż brak powiadomienia organizatora przez klienta w określonym terminie o rezygnacji z imprezy z powodu wzrostu jej ceny, równoznaczny jest z zaakceptowaniem przez klienta zaistniałych zmian. Jak wykazano powyżej art. 14 ust. 5 ustawy o usługach turystycznych regulujący obowiązki stron w razie zmiany warunków umowy nie daje podstaw do przyjęcia takiego domniemania. W każdym przypadku klient ma prawo i zarazem obowiązek opowiedzieć się, czy przyjmuje nowe warunki (podwyższoną cenę), czy też rezygnuje z imprezy.

W świetle powyższego należy stwierdzić, iż punkt 4 rozdziału II WU narusza art. 14 ust. 5 ustawy o usługach turystycznych.

Art. 14 ust. 2 pkt 7 ustawy o usługach turystycznych wprost stanowi, iż umowa o świadczenie usług turystycznych powinna określać rodzaj i zakres ubezpieczenia turystów oraz nazwę i adres ubezpieczyciela. Zatem umowa zawarta przez organizatora imprezy z konsumentem powinna zawierać podstawowe informacje dotyczące ubezpieczenia, nie tylko rodzaj i zakres ubezpieczenia turystów, ale i nazwę oraz adres ubezpieczyciela.

Rozdział IV WU *Ubezpieczenia* – pkt 1 stanowi:

„Organizator ubezpiecza w STU „Ergo Hestia” S.A. w Sopocie uczestników na podstawie polisy generalnej od kosztów leczenia (KL 50.000,- PLN) oraz następstw nieszczęśliwych wypadków (NNW 10.000,- PLN) na warunkach ogólnych ubezpieczyciela, z którymi Klient ma obowiązek zapoznać się w biurze przed wyjazdem.”

Cytowany zapis WU zawiera informacje o nazwie ubezpieczyciela i zakresie ubezpieczenia, nie zawiera jednak wymaganych informacji o adresie ubezpieczyciela. Zgodnie zaś z art. 14

ust. 2 pkt 7 w/w ustawy dane te należą do podstawowych elementów umowy. Punkt 1 rozdziału IV WU *Ubezpieczenie* narusza zatem wskazany przepis.

Zgodnie z art. 11 a ust. 1 ustawy o usługach turystycznych organizator turystyki odpowiada za niewykonanie lub nienależyte wykonywanie umowy o świadczenie usług turystycznych, chyba że niewykonanie lub nienależyte wykonanie jest spowodowane wyłącznie: 1) działaniem lub zaniechaniem klienta, 2) działaniem lub zaniechaniem osób trzecich, nieuczestniczących w wykonywaniu usług przewidzianych w umowie, jeżeli tych działań lub zaniechań nie można było przewidzieć ani uniknąć, albo 3) siłą wyższą. Przepis ustawy dokładnie wskazuje, w jakich okolicznościach organizator imprezy jest zwolniony z odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonywanie umowy. Katalog przyczyn niewykonania lub nienależytego wykonania przez organizatora umowy o świadczenie usług turystycznych zawarty w art. 11 a ust. 1 w/w ustawy nie może być dowolnie rozszerzany.

Rozdział VII WU *Wyłączenie odpowiedzialności* –
pkt 2 stanowi:

„PTU „Maro” nie odpowiada za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy, jeżeli zostało to spowodowane wyłącznie działaniem lub zachowaniem Klienta lub osób trzecich nie biorących udziału w wykonywaniu umowy albo siłą wyższą.”

pkt 4 zdanie 2 stanowi:

„PTU „Maro” nie ponosi jednak odpowiedzialności za szkodę w bagażu powierzonym, jeżeli zaistniała ona z jednej z przyczyn wymienionych w par. VII pkt 2.”

Cytowane postanowienia WU stanowią, iż MARO nie ponosi odpowiedzialności za naruszenie umowy polegające na niewykonaniu lub nienależytym wykonaniu umowy, jeżeli było ono skutkiem działań osób trzecich nie biorących udziału w wykonywaniu umowy.

Zgodnie z art. 11 a ust. 1 pkt 2 ustawy o usługach turystycznych Biuro MARO może zwolnić się z odpowiedzialności za działania lub zaniechania osób trzecich, nieuczestniczących w wykonywaniu usług przewidzianych w umowie, jednakże pod warunkiem, że tych działań lub zaniechań nie można było przewidzieć ani uniknąć. Art. 11b ust. 1 w/w ustawy stanowi, iż nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć odpowiedzialności określonej w art. 11a, także w razie wyboru prawa obcego, z zastrzeżeniem ust. 2 i 3.

Biuro MARO w przytoczonych powyżej punktach rozdziału VII WU zwolniło się z odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy w każdym przypadku, gdy jest ono skutkiem zachowania osób trzecich nie biorących udziału w wykonywaniu umowy, co wykracza poza granice zwolnienia z odpowiedzialności ustalone w art. 11 a ustawy, co jest równoznaczne z naruszeniem przepisu art. 11 b ustawy.

W myśl art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów dla stwierdzenia, że przedsiębiorca stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów niezbędne jest łączne spełnienie dwóch przesłanek: działanie przedsiębiorcy musi być bezprawne i zarazem naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Jak wykazano powyżej Biuro MARO naruszyło art. 17 ust. 1, art. 14 ust. 5, 14 ust. 2 pkt 7 oraz art. 11 b ustawy o usługach turystycznych. Tym samym nie wywiązywało się z obowiązków nałożonych na nie ustawą o usługach turystycznych i stosowało wzorzec umowy niedostosowany do wynikających z niej wymogów, łamiąc w/w przepisy naruszało zarazem określone w ustawie o usługach turystycznych prawa konsumenta. Zauważyć również należy, iż organizator imprezy turystycznej działa na rynku jako profesjonalista, a każdy przedsiębiorca w zakresie prowadzonej przez niego działalności gospodarczej, zgodnie z art. 355 § 2 Kodeksu cywilnego, zobowiązany jest do zachowania należytej staranności. Biuro MARO nie powinno zatem formułować umowy łączącej je z klientem – słabszą stroną stosunku zobowiązaniowego - w sposób naruszający jego prawa wynikające z ustawy o usługach turystycznych. Wprowadzenie przez Biuro MARO do WU postanowień naruszających przepisy ustawy o usługach turystycznych jest zatem równoznaczne z naruszeniem przepisów prawa materialnego, stąd działanie tego przedsiębiorcy należy uznać

za bezprawne. Spełniona więc została pierwsza przesłanka konieczna do uznania zachowania Biura MARO za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Drugą przesłanką, której wykazanie jest niezbędne dla stwierdzenia, iż przedsiębiorca stosuje praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów jest ustalenie, iż jego bezprawne działanie narusza zbiorowe interesy konsumentów.

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów reguluje zasady i tryb przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, co wynika z treści art. 1 ust. 2 tej ustawy. Zbiorowy interes konsumentów znaczy dotyczący ogółu, a naruszenie tego interesu może mieć miejsce, gdy skutkami działań sprzecznych z ustawą o ochronie konkurencji konsumentów dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku, jak i wtedy, gdy działania te wywołują inne niekorzystne zjawiska. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów w odniesieniu do konsumentów chroni ich interesy jako zjawiska o charakterze instytucjonalnym, zbiorowym. Działaniami antykonsumenckimi są jedynie takie działania, które dotyczą sfery interesów szerokiego kręgu uczestników rynku.

Zdaniem Organu Antymonopolowego zakwestionowane w przedmiotowej decyzji działanie przedsiębiorcy - polegające na stosowaniu we wzorcu umownym zapisów naruszających regulacje ustawy o usługach turystycznych - godzi w interes konsumentów, nie mogą oni bowiem korzystać z pełni praw przyznanych im w tej ustawie. Do stwierdzenia stosowania przedmiotowej praktyki niezbędne jest wykazanie, iż bezprawne działanie przedsiębiorcy godzące w interes konsumentów, dotyczy tzw. zbiorowego interesu konsumentów. W niniejszej sprawie mamy do czynienia z naruszeniem interesów nieograniczonej liczby konsumentów, których nie da się zidentyfikować. Są to zarówno konsumenci, z którymi zawarto umowy, jak i potencjalni klienci Biura MARO. W związku z powyższym należy stwierdzić, iż w niniejszej sprawie został naruszony zbiorowy interes konsumentów i tym samym zasadne było podjęcie działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów dla odpowiedniej ochrony konsumentów.

Spełniona została zatem druga przesłanka konieczna do uznania zachowania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W przedmiotowej sprawie zaistniały łącznie obie przesłanki konieczne do uznania zachowania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów - bezprawne działanie przedsiębiorcy i naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

W związku z powyższym należało orzec jak w punkcie I sentencji.

Organ Antymonopolowy wszczynając niniejsze postępowanie zarzucił Biuru MARO stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na nie informowaniu klientów, z którymi umowy zawierane są na odległość przy wykorzystaniu technik komunikowania się na odległość, o prawie odstąpienia od umowy bez podania przyczyn w terminie dziesięciu dni stwierdzając, iż może to naruszać art. 9 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000r. Nr 22, poz. 271; ze zm. Dz.U. z 2002r. Nr 144, poz. 1204).

Zgodnie z art. 23 a ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy. Zatem dla stwierdzenia, że przedsiębiorca stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów niezbędne jest łączne spełnienie dwóch przesłanek: działanie przedsiębiorcy musi być bezprawne i zarazem naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

W toku postępowania ustalono, iż Biuro MARO zawiera z klientami umowy nie tylko w siedzibie przedsiębiorcy, ale i na odległość przy zastosowaniu technik komunikowania się na odległość (internet, poczta). Zawierając umowy w ten sposób stosuje ten sam wzór umowy-zgłoszenia i te same WU, które przedstawiane są klientowi w lokalu biura podróży.

Art. 11 ustawy o usługach turystycznych stanowi, iż w zakresie nieuregulowanym ustawą do umów z klientami zawieranych przez organizatorów turystyki i pośredników turystycznych stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego oraz inne przepisy dotyczące ochrony konsumenta. Do przepisów tych należy ustawa z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. z 2000r. Nr 22, poz. 271; ze zm. Dz.U. z 2002r. Nr 144, poz. 1204). Zgodnie z art. 6 ust. 1 tej ustawy umowy zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, w szczególności formularza zamówienia niezaadresowanego lub zaadresowanego, listu seryjnego, reklamy prasowej z wydrukowanym formularzem zamówienia, katalogu, telefonu, radia, telewizji, automatycznego urządzenia wywołującego, wizjofonu, wideotekstu, poczty elektronicznej, telefaksu, są umowami na odległość, jeżeli kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność. Mając na uwadze powyższe stwierdzić należy, iż umowy zawierane przez Biuro MARO przy wykorzystaniu internetu i poczty są umowami na odległość.

Art. 7 ust. 1 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) stanowi, iż konsument, który zawarł umowę na odległość, może od niej odstąpić bez podania przyczyn, składając stosowne oświadczenie na piśmie, w terminie dziesięciu dni liczonym od dnia wydania rzeczy, a gdy umowa dotyczy świadczenia usługi – od dnia jej zawarcia (art. 10 w/w ustawy).

Art. 9 w/w ustawy nakłada na przedsiębiorcę obowiązek poinformowania konsumenta, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy o prawie odstąpienia od umowy bez podania przyczyn w terminie dziesięciu dni (pkt 6). W tym miejscu powołać należy art. 16 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...), który mówi, iż przepisów art. 9, art. 10 i art. 12 ust. 1 tej ustawy nie stosuje się do świadczenia w ściśle oznaczonym okresie, usług w zakresie zakwaterowania, transportu, rozrywek, gastronomii. Przyjąć należy, iż świadczenie w/w usług w zakresie zakwaterowania, transportu, rozrywek, gastronomii mieści się w pojęciu usług turystycznych, a zatem umowy o świadczenie usług turystycznych zostały wyłączone spod reżimu ochronnego art. 10 w/w ustawy.

Zgodnie z art. 23 d ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jeżeli nie zachodzą okoliczności określone w art. 23 a, Organ Antymonopolowy wydaje decyzję, w której stwierdza, że dana praktyka nie narusza zbiorowych interesów konsumentów.

Jakkolwiek Biuro MARO zawierając umowy na odległość nie informuje swoich klientów o prawie odstąpienia od umowy bez podania przyczyny w terminie 10 dni od zawarcia umowy, to zachowania tego w świetle art. 16 ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów (...) nie można uznać za bezprawne.

Ponieważ w związku z omawianym zarzutem nie została spełniona przesłanka bezprawności działania przedsiębiorcy należało orzec jak w punkcie II sentencji decyzji.

Przedmiotem trzeciego z zarzutów postawionych Biuro MARO jest stosowanie praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów polegającej na nie podawaniu klientom korzystającym z transportu zorganizowanego przez Biuro MARO we właściwym czasie przed rozpoczęciem imprezy turystycznej informacji na piśmie o adresie i numerze telefonu lokalnego przedstawiciela w/w przedsiębiorcy, do którego klient może zwracać się w razie trudności oraz o miejscu i czasie trwania postojów, co może naruszać art. 13 ust. 3 pkt 1 i 3 w związku z art. 13 ust. 3a ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o usługach turystycznych.

Aby określone zachowanie mogło zostać uznane za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, zgodnie z art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, konieczne jest łączne spełnienie dwóch przesłanek:

- kwestionowane działanie przedsiębiorcy musi być bezprawne,

- powyższe działanie musi naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Zgodnie z art. 13 ust. 3 pkt 1 organizator turystyki jest obowiązany we właściwym czasie, przed rozpoczęciem imprezy turystycznej, podać klientom nazwisko lub nazwę lokalnego przedstawiciela organizatora turystyki (lub innej instytucji), do którego klient może zwracać się w razie trudności, a także jego adres i numer telefonu. Przedstawienie w/w informacji przez organizatora klientowi jeszcze przed rozpoczęciem imprezy jest ważne dla uczestnika imprezy, gdyż w razie jakichkolwiek problemów związanych z realizacją zawartej umowy klient z góry wie do kogo może zwrócić się o pomoc w ich rozwiązaniu. Art. 13 ust. 3 pkt 3 zobowiązuje go do poinformowania w tym samym terminie o planowanym czasie przejazdu, miejscu i czasie trwania postojów. W myśli art. 13 ust. 3a powyższe informacje powinny być podane klientowi na piśmie.

W toku postępowania w oparciu o *Protokół kontroli* przeprowadzonej w dniu 07.04.2003r. w Biurze MARO przez Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Katowicach (karty nr 22-24) a także na podstawie *Oświadczenia* Biura MARO z dnia 09.04.2003r. (karta nr 27) ustalono, iż Biuro MARO w okresie poprzedzającym sezon „Lato 2003” nie przedstawiało uczestnikom imprez turystycznych korzystających z zorganizowanego przez nie dojazdu na piśmie informacji obejmującej nazwisko lub nazwę lokalnego przedstawiciela Biura MARO (karta nr 46). Informacje te były przekazywane uczestnikom imprez przez pilotów, a następnie powtarzane przez rezydentów i wywieszane na tablicach informacyjnych w miejscach dostępnych dla turystów (karta nr 27). W/w informacje otrzymywali na piśmie jedynie rodzice dzieci wyjeżdżających na obozy młodzieżowe organizowane przez Biuro MARO (karta nr 27 verte). Biuro MARO naruszało zatem art. 13 ust. 3 pkt 1 ustawy o usługach turystycznych

Analiza katalogu „BUŁGARIA” obejmującego ofertę Biura MARO na sezon letni 2003r. wykazała, że klienci Biura są w nim informowani o planowanym czasie przejazdu oraz o planowanych dłuższych postojach na terenie Słowacji i Rumunii, jednakże miejsce i czas trwania postojów nie zostały w w/w katalogu sprecyzowane (karta nr 84 verte). Jak podało Biuro MARO o postojach krótkich co około 4 godziny klienci informowani są przez pilota przy wyjeździe (karta nr 42).

Biuro MARO odpowiadając na zarzut nie podawania klientom korzystającym ze zorganizowanego przez nie transportu we właściwym czasie przed rozpoczęciem imprezy turystycznej na piśmie informacji o planowanym czasie przejazdu, miejscu i czasie postojów podniosło, że obowiązek ten dotyczy wyłącznie imprezy turystycznej i transportu realizowanego w ramach programu imprezy turystycznej. W opinii Biura MARO świadczone przez nie usługi przewozowe nie wchodzą w zakres imprez turystycznych, gdyż nie tworzą z nimi jednolitego programu, a ponadto nie są objęte wspólną ceną. W katalogu i w umowach zawieranych z klientami na usługi transportowe obowiązuje zawsze oddzielna cena, a klient może wybrać transport autokarowy, samolotowy lub dojazd własny.

Przytoczona powyżej argumentacja Biura MARO nie znajduje jednak potwierdzenia w okolicznościach faktycznych sprawy. W katalogu „BUŁGARIA” zawierającym ofertę Biura MARO na lato 2003r. znajdują się m.in. informacje o obozach młodzieżowych. Cena za udział w takim obozie obok innych świadczeń obejmuje także transport – przelot samolotem + transfery lub przejazd autokarem z klimatyzacją. Nie można zatem twierdzić w przypadku tych imprez, że usługa przewozu nie tworzy z oferowaną imprezą turystyczną jednolitego programu i nie jest objęta wspólną ceną.

Argumentacja Biura MARO, że świadczy ono jedynie usługi przewozowe, w tym także w związku z organizowanymi imprezami turystycznymi, co sprawia iż nie dotyczy go obowiązek określony w art. 13 ust. 3 pkt 3 ustawy o usługach turystycznych nie zasługuje zatem na uwzględnienie.

W świetle powyższego stwierdzić należy, że Biuro MARO nie realizowało obowiązków wynikających z art. 13 ust. 3 pkt 1 i pkt 3 ustawy o usługach turystycznych. Spełniona zatem

została pierwsza z przesłanek wymienionych w art. 23 a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Drugą przesłanką, której spełnienie jest konieczne dla stwierdzenia, iż przedsiębiorca stosuje praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest ustalenie, iż jego bezprawne działanie narusza zbiorowe interesy konsumentów. W sprawie naruszenia przez Biuro MARO zbiorowego interesu konsumentów Organ Antymonopolowy wypowiedział się już w uzasadnieniu punktu I sentencji niniejszej decyzji. Przedstawiony tam wywód dotyczący pojęcia zbiorowego interesu konsumentów pozostaje aktualny również w odniesieniu do oceny działań Biura MARO zakwestionowanych w ramach drugiego z zarzutów postawionych temu przedsiębiorcy.

Zdaniem Organu Antymonopolowego działanie Biura MARO polegające na nie podawaniu klientom korzystającym ze zorganizowanego przez nie transportu we właściwym czasie przed rozpoczęciem imprezy turystycznej informacji na piśmie o adresie i numerze telefonu lokalnego przedstawiciela w/w przedsiębiorcy, do którego klient może zwracać się w razie trudności oraz o planowanym czasie przejazdu, miejscu i czasie trwania postojów godziło w interes konsumentów. Uzyskanie informacji na piśmie przed rozpoczęciem imprezy o lokalnym przedstawicielu organizatora imprezy jest bardzo ważne dla jej uczestników, w ten sposób uzyskują bowiem wiedzę do kogo mogą się zwrócić o pomoc w razie jakichkolwiek problemów z realizacją zawartej umowy i wykonywaniem przewidzianych w niej świadczeń. Brak informacji o czasie przejazdu i planowanych postojach we właściwym czasie przed rozpoczęciem imprezy uniemożliwia klientom odpowiednie przygotowanie się do podróży, która w przypadku transportu autokarowego może nawet przekraczać 30 godzin. Klient nie mając informacji o miejscu i czasie postojów nie jest np. w stanie przewidzieć czy w czasie podróży będzie możliwe kupno posiłku, a co za tym idzie czy i ile prowiantu zabrać ze sobą. Liczba postojów i czas ich trwania mogą mieć również istotne znaczenie z uwagi na stan zdrowia uczestnika imprezy. W niniejszej sprawie mamy do czynienia z naruszeniem interesów nieograniczonej liczby konsumentów – konsumentów którzy uczestniczyli już w imprezach zorganizowanych przez Biura MARO lub wybiorą jego ofertę w przyszłości, a których nie da się zidentyfikować. W związku z powyższym należy stwierdzić, iż w niniejszej sprawie został naruszony zbiorowy interes konsumentów i tym samym zasadne było podjęcie działań przewidzianych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów dla odpowiedniej ochrony konsumentów.

Spełniona została zatem druga przesłanka konieczna do uznania zachowania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

W przedmiotowej sprawie zaistniały łącznie obie przesłanki konieczne do uznania zachowania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów - bezprawne działanie przedsiębiorcy i naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

W związku z powyższym należało orzec jak w punkcie III sentencji.

Zgodnie z art. 23 c ust. 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000r. o ochronie konkurencji i konsumentów Organ Antymonopolowy w decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w celu zapewnienia wykonania nakazu zaniechania jej stosowania.

Biuro MARO w toku przedmiotowego postępowania poinformowało, że wprowadziło zmiany do WU mające na celu dostosowanie WU do wymagań wynikających ze wskazanych przez Organ Antymonopolowy przepisów ustawy o usługach turystycznych. W związku z powyższym, by usunąć trwające skutki naruszenia zbiorowych interesów konsumentów Biuro MARO powinno nie tylko wprowadzić zmiany do WU mające na celu dostosowanie wzorca umownego do wymogów wynikających z ustawy o usługach turystycznych i stosować

zmienione WU przy zawieraniu nowych umów ale także odpowiednio zmienić treść umów już zawartych, które nie zostały jeszcze wykonane w dacie uprawomocnienia się niniejszej decyzji. Mając na uwadze, iż od pierwszej imprezy w sezonie „Lato 2003” biuro MARO doręcza swoim klientom przed rozpoczęciem imprezy informacje na piśmie obejmujące nazwę, adres i numer telefonu jego lokalnego przedstawiciela (karty nr 48-51), w celu usunięcia skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów będących efektem praktyki stwierdzonej w punkcie III sentencji niniejszej decyzji w zakresie naruszenia art. 13 ust. 3 pkt 3 ustawy o usługach turystycznych Biuro MARO powinno podawać klientom na piśmie we właściwym czasie przed rozpoczęciem imprezy nie tylko informacje o planowanym czasie przejazdu ale również informacje o miejscu i czasie trwania postojów.

Stąd należało orzec jak w punkcie IV sentencji decyzji.

Zgodnie z art. 100 e ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Organ Antymonopolowy może nadać decyzji w całości lub w części rygor natychmiastowej wykonalności jeżeli wymaga tego ważny interes konsumentów.

W okolicznościach niniejszej sprawy ważny interes konsumentów – uczestników imprez turystycznych organizowanych przez Biuro MARO wymaga, by WU stosowane przez tego przedsiębiorcę zawierające postanowienia naruszające przepisy ustawy o usługach turystycznych zostały jak najszybciej zmienione i dostosowane do wymogów wynikających z ustawy o usługach turystycznych. W tym miejscu wskazać należy, iż przedsiębiorca w toku przedmiotowego postępowania poinformował Organ Antymonopolowy o wprowadzeniu zmian do WU. Działania Biura MARO podjęte po wszczęciu postępowania mające na celu wyeliminowanie naruszeń przepisów ustawy o usługach turystycznych, w świetle ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, nie stanowią jednak przeszkody dla wydania przedmiotowej decyzji, czy też dla nadania jej rygoru natychmiastowej wykonalności, ponieważ zaistniały łącznie przesłanki konieczne do uznania zachowania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Powyższa uwaga pozostaje również aktualna odnośnie zachowania Biura MARO ocenianego w punkcie III sentencji niniejszej decyzji. Jakkolwiek Biuro MARO poinformowało, iż od obecnego sezonu wręcza klientom na miejscu zbiórki przed wyjazdem pisemne informacje obejmujące nazwę, adres i numer telefonu jego lokalnego przedstawiciela, to, jak wykazano w uzasadnieniu niniejszej decyzji, naruszenie art. 13 ust. 3 pkt 1 miało miejsce, a obowiązek wynikający z art. 13 ust. 3 pkt 3 ustawy o usługach turystycznych nadal nie jest w pełni realizowany przez Biuro. Dodać należy, iż jakkolwiek Biuro MARO w toku postępowania poinformowało o zmianie wzorca umowy, to nie przedstawiło dowodów, iż wzorzec ten został wprowadzony do stosowania.

Zadaniem Organu Antymonopolowego jest ochrona zbiorowego interesu konsumentów, którą realizuje wydając na podstawie art. 23 c ustawy stosowne decyzje. Obowiązki przedsiębiorcy wynikające z treści decyzji muszą być realizowane w przyszłości, od dnia uprawomocnienia się decyzji. Wydana decyzja jest bowiem gwarancją dla konsumentów, że przedsiębiorca będzie związany jej ustaleniami.

W okolicznościach niniejszej sprawy dla ochrony zbiorowego interesu konsumentów niezwykle istotne jest szybkie wyeliminowanie z obrotu WU zawierających zakwestionowane w punkcie I sentencji niniejszej decyzji postanowienia oraz zapewnienie klientom Biura MARO, pełnej informacji o planowanym czasie przejazdu, miejscu i czasie trwania postojów, które to informacje Biuro MARO ma obowiązek przedstawiać swoim klientom zgodnie z art. 13 ust. 3 pkt 3 ustawy o usługach turystycznych. Powyższe działanie pozwoli na objęcie ochroną większej liczby konsumentów, w szczególności również tych którzy zawarli już umowy, a umowy te nie zostały jeszcze wykonane, i na ograniczenie trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Mając powyższe na uwadze Biuro MARO niezwłocznie po otrzymaniu niniejszej decyzji powinno zastosować środki usunięcia skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów określone w punkcie IV sentencji niniejszej decyzji, tj. wprowadzić zmiany do WU i dostosować je do przepisów ustawy o usługach

turystycznych oraz przedstawiać swoim klientom na piśmie informacje o których mowa w art. 13 ust. 3 pkt 1 i 3 ustawy o usługach turystycznych.

Stąd należało orzec jak w punkcie V sentencji decyzji.

Zgodnie z art. 75 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Organ Antymonopolowy rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 72 ustawy, jeżeli postępowanie zostało wszczęte z urzędu i w jego wyniku Organ Antymonopolowy stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, zobowiązany jest ponieść koszty postępowania.

Postępowanie w sprawie stosowania przez Biuro MARO praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu. W wyniku tego postępowania Organ Antymonopolowy w punkcie I i III sentencji decyzji stwierdził naruszenie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania dla Organu Antymonopolowego, są wydatki w wysokości 42 zł związane z korespondencją pomiędzy Organem Antymonopolowym a przedsiębiorcą. W związku z powyższym Organ Antymonopolowy postanowił obciążyć Biuro MARO kosztami postępowania w wysokości 42 zł (słownie złotych: czterdzieści dwa).

Stąd należało orzec jak w punkcie VI sentencji.

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 dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

Na postanowienie zawarte w punkcie VI niniejszej decyzji, na podstawie art. 78 ust. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 1 pkt 2 k.p.c. przysługuje 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 w terminie tygodnia od dnia doręczenia.

Stosownie do treści art. 78 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 479²⁸ § 2 k.p.c. – od niniejszej decyzji przysługuje odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

Dyrektor Delegatury
Urzędu Ochrony Konkurencji
i Konsumentów w Katowicach
Alicja Kral