



RGD-61-28/12/MLM

Gdańsk, 28 maja 2013 r.

DECYZJA NR RGD. 5/2013

Stosownie do art. 33 ust. 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) oraz § 2 pkt 4 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 1 lipca 2009 r. w sprawie właściwości miejscowej i rzeczowej delegatur Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz.U. Nr 107, poz. 887)

- działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:
po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcy: SOLARMED Limited Private Company Limited By Shares Prywatna Spółka Akcyjna Oddział w Polsce z siedzibą w Gdyni,

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) uznaje się za **praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 tej ustawy, działania przedsiębiorcy polegające na stosowaniu we wzorcu umownym pn. „Warunki Imprez Turystycznych”, postanowienia, o treści:

Na 48 godzin przed wylotem Klient obowiązany jest potwierdzić godzinę wylotu w biurze podróży, w którym zawarł umowę. Klient zobowiązany jest potwierdzić u rezydenta lub sprawdzić w udostępnionej w hotelu teczce informacyjnej Solarmed Ltd. termin i godzinę podróży powrotnej. W przypadku zawarcia umowy, której przedmiotem jest tylko przelot samolotem, Klient zobowiązany jest potwierdzić godzinę wylotu w biurze podróży, w którym zawarł umowę na 48 godzin przed wylotem, a godzinę powrotu zgodnie z informacją zawartą w dokumentach podróży. W przypadku niedopełnienia przez Klienta obowiązku, o którym mowa w niniejszym punkcie Solarmed nie ponosi odpowiedzialności wobec Klienta,

które jest tożsame z postanowieniem niedozwolonym, wpisanym do rejestru postanowień wzorców umowy, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. Nr 43, poz. 296 ze zmianami) i stwierdza się zaniechanie stosowania tej praktyki z dniem **28 listopada 2012 r.**

- II. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) uznaje się za **praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 tej ustawy, działania przedsiębiorcy polegające na stosowaniu we wzorcu umownym pod nazwą: „Warunki Imprez Turystycznych”, postanowień, o treści:

Koszty rezygnacji z uczestnictwa w imprezie turystycznej wynoszą standardowo na osobę;

<u>do 31 dni przed rozpoczęciem imprezy</u>	<u>30% ustalonej ceny</u>
<u>od 30 do 23 dnia</u>	<u>40% ustalonej ceny</u>
<u>od 22 do 16 dnia</u>	<u>50% ustalonej ceny</u>
<u>od 15 do 9 dnia</u>	<u>60% ustalonej ceny</u>
<u>od 8 do 3 dnia</u>	<u>80% ustalonej ceny</u>
<u>od 2 do dnia rozpoczęcia podróży lub jej nierozpoczęcia</u>	<u>90% ustalonej ceny</u>

Koszty rezygnacji stanowiące wyjątki od reguły standardowej określonej w pkt. 5.4 wynoszą;

A. Oferty typu last minute, oferty TOP, oferty dnia, oferty specjalne, oferty oszczędnościowe:

<u>do 31 dni przed rozpoczęciem imprezy</u>	<u>50% ustalonej ceny</u>
<u>od 30 do 23 dnia</u>	<u>65% ustalonej ceny</u>
<u>od 22 do 16 dnia</u>	<u>75% ustalonej ceny</u>
<u>od 15 do 9 dnia</u>	<u>80% ustalonej ceny</u>
<u>od 8 do 3 dnia</u>	<u>85% ustalonej ceny</u>
<u>od 2 do dnia rozpoczęcia podróży lub jej nierozpoczęcia</u>	<u>95% ustalonej ceny</u>

B. W przypadku gdy przedmiotem umowy jest tylko przelot rejsem czarterowym lub tylko przelot samolotem liniowym:

<u>do 31 dni przed rozpoczęciem imprezy</u>	<u>30% ustalonej ceny</u>
<u>od 30 do 15 dnia</u>	<u>60% ustalonej ceny</u>
<u>od 14 do 2 dnia</u>	<u>80% ustalonej ceny</u>
<u>w dniu rozpoczęcia podróży</u>	<u>95% ustalonej ceny</u>

Oplaty te stanowią równowartość kosztów poniesionych przez Solarmed Ltd. z tytułu dokonanych zmian,

uznanych za niedozwolone i wpisanych do rejestru postanowień wzorców umowy, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. Nr 43, poz. 296 ze zmianami) i nakazuje się zaniechania stosowania tej praktyki.

- III. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) uznaje się za **praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy tej ustawy, działania przedsiębiorcy polegające na nieinformowaniu konsumentów, z którymi zawierano umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, o prawie odstąpienia od umowy oraz niewręczaniu wzoru oświadczenia o odstąpieniu, co jest sprzeczne z art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jednolity Dz.U. z 2012 r., poz. 1225) i nakazuje się zaniechania stosowania tej praktyki.
- IV. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) uznaje się za **praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania przed-



siębiorcy polegające na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom, w stosowanych umowach/rezerwacjach, rzetelnych i pełnych informacji dotyczących programu imprezy, co jest sprzeczne z art. 14 ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (Dz.U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268, ze zmianami) i **nakazuje się zaniechania stosowania tej praktyki.**

V. Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) uznaje się za **praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów**, określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, działania przedsiębiorcy polegające na stosowaniu wzorca „Warunki Umowy Uczestnictwa w Imprezie Turystycznej organizowanej przez Solarmed...”, obowiązującego od dnia 28 listopada 2012 r., w nieczytelnej formie graficznej, tj. sporządzonego bardzo małą czcionką o kolorze jasnoniebieskim, na białym tle i papierze o takiej gramaturze, która powoduje, że na danej stronie widoczny jest równocześnie tekst umieszczony na stronie odwrotnej, co utrudniania konsumentom zapoznanie się z zakresem praw i obowiązków wynikających z umowy i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206) i **nakazuje się zaniechania stosowania tej praktyki.**

VI. Na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) **nakłada się** na przedsiębiorcę: SOLARMED Limited Private Company Limited By Shares Prywatna Spółka Akcyjna Oddział w Polsce z siedzibą w Gdyni,

- 1) w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie I sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 315 zł (słownie: trzysta piętnaście złotych), płatną do budżetu państwa,
- 2) w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie II sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 539 zł (słownie: pięćset trzydzieści dziewięć złotych), płatną do budżetu państwa,
- 3) w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie III sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 2.699 zł (słownie: dwa tysiące sześćset dziewięćdziesiąt dziewięć złotych), płatną do budżetu państwa.
- 4) w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie IV sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 2.699 zł (słownie: dwa tysiące sześćset dziewięćdziesiąt dziewięć złotych), płatną do budżetu państwa.
- 5) w związku z naruszeniem zakazu, o którym mowa w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 ww. ustawy, w zakresie opisanym w punkcie V sentencji niniejszej decyzji, **karę pieniężną** w wysokości 2.699 zł (słownie: dwa tysiące sześćset dziewięćdziesiąt dziewięć złotych), płatną do budżetu państwa.

VII. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy z dnia 16 lutego 2007



r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) oraz na podstawie art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 267) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża się przedsiębiorcę SOLARMED Limited Private Company Limited By Shares Prywatna Spółka Akcyjna Oddział w Polsce z siedzibą w Gdyni kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 26,50 zł (słownie: dwadzieścia sześć złotych 50/100) w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

- [1] Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (zwany dalej również Prezes Urzędu) wszczął i prowadził, pod sygn. akt RGD. 405-59/11 postępowanie wyjaśniające w sprawie wstępnego ustalenia, czy przy świadczeniu usług turystycznych przez przedsiębiorcę: SOLARMED Limited Private Company Limited By Shares Prywatna Spółka Akcyjna Oddział w Polsce (zwana dalej również SOLARMED lub Spółką) nie doszło do naruszenia przepisów ustawy o usługach turystycznych lub innych ustaw chroniących interesy konsumentów, w sposób uzasadniający wszczęcie przeciwko ww. przedsiębiorcy postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

W wyniku tego postępowania ustalono, że spółka SOLARMED oferuje konsumentom usługi turystyczne przy wykorzystaniu wzorca umownego pod nazwą „Warunki Imprez Turystycznych”, który zawierał m.in. postanowienie, wywołujące tożsame skutki prawne, jak klauzula abuzywna, wpisana do Rejestru niedozwolonych postanowień umownych pod poz. 1460.

Prezes Urzędu wezwał przedsiębiorcę do przedstawienia stanowiska w tej sprawie i w dniu 16 maja 2012 r. otrzymał nowy wzorzec umowy, wykorzystywany przez Spółkę, który nie zawierał już takiego postanowienia.

W lipcu 2012 r. Prezes Urzędu otrzymał - do wiadomości - skargi konsumentów, z których wynikało, że SOLARMED, wbrew wcześniejszym twierdzeniom, nadal zawiera umowy o usługi turystyczne, posługując się wzorcem umownym zawierającym postanowienia niedozwolone. Prezes Urzędu wystąpił do Spółki o udzielenie wyjaśnień w tej sprawie i ustalił, że po dniu 16 maja 2012 r. SOLARMED zawierał umowy, przy użyciu wzorców stosowanych uprzednio, co wynikało, jak tłumaczył przedsiębiorca, z błędów *prezenterów*.

Dodatkowo, w dniu 5 września 2012 r. Prezes Urzędu otrzymał do wiadomości pismo Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie, kierowane do Spółki SOLARMED. Z treści pisma wynikało, że przedsiębiorca m.in. zawiera umowy poza siedzibą i nie przekazuje konsumentom oświadczenia o odstąpieniu od umowy, co może stanowić naruszenie art. 2 oraz 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz. 271 zm.).

W dniu 17 września 2012 r. Prezes Urzędu wystąpił do Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie oraz Marszałka Województwa Pomorskiego w



Gdańsku z prośbą o przekazanie wszelkich skarg na działania Spółki SOLAR-MED.

- [2] W wyniku podjętych czynności, o których mowa w punkcie [1], Prezes Urzędu ustalił, iż niektóre działania przedsiębiorcy oraz postanowienia zawarte we wzorcu umownym stosowanym przez SOLARMED w obrocie z konsumentami, tj. te, które wymieniono w sentencji niniejszej decyzji, mogą pozostawać w sprzeczności z zakazem wynikającym z art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- [3] Mając na uwadze dokonane ustalenia, Prezes Urzędu wszczął przeciwko SOLARMED, postanowieniem nr 324 z dnia 8 listopada 2012 r., postępowanie w sprawie podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Do akt tego postępowania, postanowieniem nr 325, z dnia 8 listopada 2012 r., zostały zaliczone następujące dowody:
- 1) część dowodów uzyskanych w sprawie oznaczonej sygnaturą akt RGD. 405-59/11/12/MLM, tj.:
 - pismo przedsiębiorcy z dnia 14 grudnia 2011 r. oraz wzorzec Rezerwacja/Umowa,
 - zaświadczenie o wpisie do Rejestru Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych Marszałka Województwa Pomorskiego,
 - pismo przedsiębiorcy z dnia 27 stycznia 2012 r.,
 - pismo przedsiębiorcy z dnia 15 maja 2012 r. oraz wzorzec Rezerwacja/Umowa,
 - notatka w sprawie RGD. 405-59/11/12/MLM,
 - 2) skarga konsumentka, złożona przez Bernarda P z Warszawy,
 - 3) skarga konsumentka, złożona przez Cezarego P z Gdańska,
 - 4) skarga konsumentka, złożona przez Jerzego Z z Olsztyna,
 - 5) skarga konsumentka, złożona przez Krystynę D z Koszalina,
 - 6) całość dowodów stanowiących akta sprawy RGD. 62-21/12/MLM.
- Z kolei postanowieniem nr 327 z dnia 13 listopada 2012 r. do akt sprawy włączono dodatkowe dowody tj.:
- pismo Alicji i Leona S z Warszawy, z dnia 2 listopada 2012 r.,
 - pismo Józefa C z Koszalina, z dnia 6 listopada 2012 r., przekazane Prezesowi Urzędu do wiadomości.
- [4] Ustosunkowując się do postawionych zarzutów Spółka, pismem z dnia 21 listopada 2012 r., poinformowała m.in., że wzorzec umowny, który był przedmiotem analizy w postępowaniu wyjaśniającym, prowadzonym pod sygnaturą RGD. 405-59/11/MLM tj. *Rezerwacja/Umowa* był stosowany od powstania spółki i został zmieniony na *przełomie maja/czerwca 2012 r.*
- [5] Następnie, pismem z dnia 5 grudnia 2012 r. przedsiębiorca poinformował, że:
- 1) wezwania do zapłaty skierowane do: Alicji i Leona S, Józefa C, Krystyny D oraz Jerzego Z zostały anulowane,
 - 2) cała kwota pobrana od Bernarda P została zwrócona konsumentowi,
 - 3) na skargę złożoną przez Cezarego P został udzielona konsumentowi odpowiedź.
- [6] W dniu 1 lutego 2013 r. przedsiębiorca przedstawił nowy wzorzec pn. „Umowa - zgłoszenie o świadczenie usług turystycznych” oraz złącznik nr 2 do umowy „Warunki Umowy Uczestnictwa w Imprezie Turystycznej”, obowiązujący od dnia 28 listopada 2012 r.



Załącznikiem nr 1 do umowy jest Katalog, w którym prezentowana jest oferta imprez turystycznych SOLARMED Ltd.

- [7] W dniu 25 lutego 2013 r., postanowieniem nr 34, Prezes Urzędu rozszerzył zakres prowadzonego postępowania, o kolejny zarzut związany ze stosowaniem przez SOLARMED wzorca „Warunki Umowy Uczestnictwa w Imprezie Turystycznej organizowanej przez Solarmed...”, obowiązującego od dnia 28 listopada 2012 r., w nieczytelnej formie graficznej tj. sporządzonego bardzo małą czcionką o kolorze jasnoniebieskim, na białym tle i papierze o takiej gramaturze, która powoduje, że na danej stronie widoczny jest równocześnie tekst umieszczony na stronie odwrotnej, co utrudniania konsumentom zapoznanie się z zakresem praw i obowiązków wynikających z umowy i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206).

PREZES URZĘDU USTALIŁ STAN FAKTYCZNY, JAK NIŻEJ:

- [8] Spółka SOLARMED została wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 23 listopada 2010 r. pod numerem 0000371113. Stosownie do dokonanego wpisu przedmiotem jej działalności może być m.in.: działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związanej.
- [9] Przedsiębiorca został wpisany do Rejestru Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych Marszałka Województwa Pomorskiego pod poz. 374.
- [10] W ramach prowadzonej działalności przedsiębiorca:
- stosuje w obrocie z konsumentami wzorce umowne zawierające postanowienia wymienione w sentencji decyzji, które, zdaniem Prezesa Urzędu mogą być uznane za tożsame z następującymi postanowieniami wpisanymi do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone (zwany dalej rejestrem), o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. Nr 43, poz. 296, ze zmianami), tj.:
- „Uczestnik winien upewnić się u naszego przedstawiciela nie później niż na 24 h i nie wcześniej niż na 48 h przed odlotem o dokładny czas odlotu samolotu. Jeżeli uczestnik ich nie potwierdzi i spóźni się na swój odlot Exim Tours zmuszone będzie do obciążenia uczestników dodatkowymi kosztami.” - (wyrok SOKiK z dnia 11 maja 2007 r., sygnatura akt XVII AmC 28/06, numer postanowienia w rejestrze: 1460).
 - „W przypadku odstąpienia przez klienta od umowy (bez względu na przyczynę) Biuro potrąca z dokonanej przez klienta wpłaty opłatę manipulacyjną w kwocie wpłaconej zaliczki czy 20% wartości imprezy - 20% ceny imprezy do 30 dni przed planowaną datą rozpoczęcia imprezy, 40% ceny imprezy od 29 do 22 dni przed planowaną datą rozpoczęcia imprezy, 50 % ceny imprezy od 21 do 16 dni przed planowaną datą rozpoczęcia imprezy, 100% ceny imprezy 15 dni lub krócej przed planowaną datą rozpoczęcia imprezy.” - (wyrok SOKiK z dnia 21 listopada 2006 r., sygnatura akt XVII AmC 136/05, numer postanowienia w rejestrze: 1282).



- „Koszty rezygnacji: a) opłata stała w wysokości 50 zł, jeżeli rezygnacja nastąpiła w terminie do 30 dni przed datą rozpoczęcia imprezy, b) 30% przy rezygnacji w okresie 29-21 dni przed datą rozpoczęcia imprezy, c) 50% ceny imprezy przy rezygnacji w okresie 20-9 dni przed datą rozpoczęcia imprezy, d) 80% ceny imprezy przy rezygnacji w okresie 8-1 dni przed datą rozpoczęcia imprezy, e) 90% ceny imprezy w przypadku rezygnacji w dniu wyjazdu, lub nie zgłoszenia się w wyznaczonym czasie w miejscu zbiórki lub nieprzybycia do miejsca realizacji imprezy” (wyrok SOKiK z dnia 8 grudnia 2006 r., sygnatura akt XVII AmC 41/06, numer postanowienia w rejestrze: 1078),
- zawierając umowy o usługi turystyczne poza lokalem nie informuje konsumentów o prawie do odstąpienia od umowy oraz nie wręcza wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, co może stanowić naruszenie przepisu art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (tekst jednolity Dz.U. z 2012 r., poz. 1225), zgodnie z którym:

„Kto zawiera z konsumentem umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, powinien przed jej zawarciem poinformować konsumenta na piśmie o prawie odstąpienia od umowy w terminie, o którym mowa w art. 2 ust. 1 i wręczyć wzór oświadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem swojego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresem zamieszkania (siedziby); obowiązany jest także wręczyć konsumentowi pisemne potwierdzenie zawarcia umowy, stwierdzające jej datę i rodzaj oraz przedmiot świadczenia i cenę”,
- zawierając umowy o usługi turystyczne nie udziela konsumentom rzetelnych i pełnych informacji dotyczących programu imprezy, co może stanowić naruszenie art. 14 ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o usługach turystycznych (Dz.U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268, z późniejszymi zmianami), zgodnie z którym:

„Umowa powinna określać program imprezy turystycznej obejmujący rodzaj, jakość i terminy oferowanych usług, w tym:

 - a) rodzaj, charakter i kategorię środka transportu oraz datę, godzinę, miejsce wyjazdu i planowanego powrotu,
 - b) położenie, rodzaj i kategorię obiektu hotelarskiego zgodnie z przepisami kraju pobytu lub opis wyposażenia obiektów niezaliczanych do rodzaju i kategorii,
 - c) ilość i rodzaj posiłków,
 - d) program zwiedzania i inne usługi wliczone w cenę imprezy turystycznej”.
- stosuje w obrocie z konsumentami, od dnia 28 listopada 2012 r., wzorzec „Warunki Umowy Uczestnictwa w Imprezie Turystycznej organizowanej przez Solarmed...”, w nieczytelnej formie graficznej, tj. sporządzony bardzo małą czcionką o kolorze jasnoniebieskim, na białym tle i papierze o takiej gramaturze, która powoduje, że na danej stronie widoczny jest równocześnie tekst umieszczony na stronie odwrotnej, co utrudnia konsumentom zapoznanie się z zakresem praw i obowiązków wynikających z umowy i stanowić może nieuczciwą praktykę ryn-



kową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206).

[11] Przedsiębiorca, jak wynika z nadesłanych do Prezesa Urzędu - bezpośrednio lub przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie oraz Marszałka Województwa Pomorskiego - skarg konsumenckich, oferuje i zawiera umowy dotyczące imprez turystycznych również poza lokalem, często podczas prezentacji innych produktów np. sprzęt AGD, sprzęt rehabilitacyjny, materace, kremy itp. Na takie prezentacje zapraszane są najczęściej osoby starsze: emeryci, renciści, którym oferta zawarcia umowy przedstawiona jest niespodziewanie. Zaskoczenie oraz brak czasu na rozważenie propozycji powoduje, że decyzja o przyjęciu oferty podejmowana jest nagle. Taki wniosek nasuwa się po lekturze wystąpień konsumentów. Treść tych oraz innych zarzutów dotyczących działania SOLARMED a zawartych w skargach przedstawiono poniżej:

- 1) W dniu 20 lipca 2012 r. do Prezesa Urzędu wystąpili Bernard i Cecylia P z Warszawy, z prośbą o zainteresowanie i pomoc w rozwiązaniu problemu dotyczącego umowy zawartej ze Spółką. Z treści wystąpienia konsumentów wynika, że w dniu 13 maja 2012 r. w hotelu IBIS w Warszawie została zawarta umowa dotycząca rezerwacji dwóch wycieczek tj. do Czech i do Włoch oraz dokonano wpłaty dwóch zaliczek w kwocie 150 zł, za każdą z imprez. W dniu 14 maja 2012 r. konsumenci zrezygnowali z wycieczki do Toskanii oraz uzgodnili ze Spółką, iż wniesiona zaliczka zostanie zaliczona na poczet wycieczki do Czech. Pomimo rezygnacji z imprezy (Toskania), pismem z dnia 18 czerwca 2012 r. przedsiębiorca wezwał Państwo P do uregulowania kosztów wyjazdu do Włoch. Konsumenci otrzymali zwrot należności, po licznych interwencjach, w dniu 16 sierpnia 2012 r.
- 2) Pismem z dnia 11 października 2012 r. do Prezesa Urzędu wystąpił Pan Cezary P z Gdańska, który prosił o *zbadanie zaistniałej sytuacji i podjęcie kroków uniemożliwiających firmie SOLARMED oszukiwania kolejnych klientów*. Pan P w dniach 29.09-4.10.2012 r., uczestniczył w wycieczce do Toskanii. W trakcie przejazdu (w obie strony) organizator nie zapewnił opieki pilota, czy innego przedstawiciela przedsiębiorcy. Część osób, wbrew zapisom umowy, zakwaterowano w hotelach o obniżonym standardzie. W dniu przyjazdu klienci zostali poinformowani o zmianach w programie, a część programu nie została zrealizowana wcale. Z tych powodów uczestnicy imprezy poczuli się oszukani przez przedsiębiorcę.
- 3) Pani Aniela G z Koszalina zawarła z SOLAREMED umowę w dniu 22 maja 2012 r. Umowa dotyczyła wyjazdu do Hiszpanii. Termin wycieczki został określony na wrzesień 2013 r. Pani G, pomimo, iż w dniu zawarcia umowy wpłaciła zaliczkę tytułem uczestnictwa w imprezie w kwocie 150 zł, nie dokonała wpłaty następnych należności. Przedsiębiorca, pismem z dnia 17 lipca 2012 r., wezwał klientkę do zwrotu kosztów rezygnacji w wysokości *wg. regulaminu 30%*.
- 4) Pan Jerzy Z z Olsztyna zawarł umowę dotyczącą wycieczki do Tyrolu w dniu 20 sierpnia 2011 r. Zdaniem konsumenta, w otrzymanym programie wycieczki brak było *daty i godziny wyjazdu, godziny dotarcia do miejsca zakwaterowania, brak jakichkolwiek informacji na temat wyżywienia i innych konkretnych danych na temat wycieczek, określanych jako fakulta-*



tywne, dat wyjazdu na nie, a także o wysokości dopłat do owych wycieczek.

- 5) Pani Wisława P z Warszawy, w maju 2012 r., *na prelekcji* wylosowała 6 - dniową wycieczkę do Toskanii. Termin wycieczki nie został określony, natomiast rezerwacja miała być ważna przez 2 lata. Miesiąc później konsumentka została wezwana przez Spółkę do uregulowania należności, za imprezę. Również w tym wezwaniu nie została wskazana data wyjazdu. Natomiast w piśmie z dnia 22 sierpnia 2012 r. SOLARMED informował konsumentkę o kosztach rezygnacji z imprezy w wysokości 60% ceny wycieczki. Spółka sugerowała, że poniosła określone koszty tytułem rezerwacji. Jednak, zdaniem Pani P, skoro nie został określony termin wyjazdu wątpliwym jest dokonanie rezerwacji pobytu, a więc także i określanie kosztów rezygnacji.
- 6) Pani Cecylia B z Warszawy zawarła z SOLARMED umowę w dniu 22 maja 2012 r. Impreza miała się odbyć w kwietniu 2013 r. W dniu 26 czerwca 2012 r. konsumentka złożyła rezygnację, natomiast w dniu 20 sierpnia 2012 r. otrzymała od Spółki wezwanie do zapłaty kwoty 450 zł, jako zwrot kosztów poniesionych przez przedsiębiorcę.
- 7) Pan Zbigniew S z Warszawy zawarł umowę dotyczącą wyjazdu do Pragi, w dniu 14 czerwca 2012 r. Pan S ma 82 lata i jest człowiekiem schorowanym. W odpowiedzi na złożoną w dniu 19 lipca 2012 r. rezygnację z imprezy, Spółka wezwała konsumenta do uiszczenia należności za imprezę.
- 8) Pan Szczepan B wraz z Panem Ryszardem K z Warszawy w dniu 8 maja 2012 r. opłacili wycieczkę do Włoch. W dniu wyjazdu konsumenci, na wyznaczonym miejscu postoju autokaru oczekiwali bezskutecznie ok. 3 godziny. Klienci nie otrzymali wcześniej żadnych informacji dotyczących zmiany godziny odjazdu. Skoro wycieczka nie doszła do skutku Pan B wystąpił do Spółki o zwrot wpłaconych kwot.
- 9) Pani Barbara P umowę dotyczącą wycieczki do Toskanii zawarła w dniu 17 maja 2012 r. Zdaniem konsumentki, w trakcie pokazu sprzętu artykułów gospodarstwa domowego została ona *zmanipulowana* przez SOLARMED i *pod presją psychiczną* dokonała rezerwacji imprezy oraz uiściła kwotę zaliczki w wysokości 150 zł.
Kilka dni później konsumentka złożyła rezygnację, pomimo tego w dniu 20 lipca 2012 r. otrzymała wezwanie do zwrotu kosztów rezygnacji. W momencie zawarcia umowy termin wycieczki został określony na wrzesień 2013 r., czyli z wyprzedzeniem szesnastu miesięcy od daty jej realizacji. Jednocześnie do momentu rezygnacji, ani też później przedsiębiorca nie przekazał klientce żadnych innych danych dotyczących tak umowy, jak i samej imprezy.
- 10) Pan Mirosław S z Warszawy poinformował, że w dniu 15 listopada 2011 r. *na pokazie demonstracyjnym w Warszawie nieopacznie zgłosiłem chęć uczestnictwa w wycieczce zagranicznej...co gorzej wpłaciłem zaliczkę w wysokości 120 zł, na podstawie przedstawionego mi formularza - to był mój błąd, że dałem się „złapać” moim zdaniem oszustom!* Trzy dni później konsument złożył rezygnację, jednak nie otrzymał od przedsiębiorcy ani zwrotu pieniędzy, ani żadnej innej informacji w tej sprawie.
- 11) Pani Aleksandra W z Warszawy w dniu 5 października 2011 r. w restauracji w Warszawie zawarła ze Spółką umowę dotyczącą wyjazdu do Tyrolu. Ter-



min wycieczki określono V-VI 2012 r. Konsumentka w dniu 10 października 2011 r. przesłała do przedsiębiorcy rezygnację z umowy i zażądała zwrotu wpłaconej zaliczki, w kwocie 120 zł. Zdaniem konsumentki umowa przedstawiona przez SOLARMED nie spełniała wymogów określonych w przepisach ustawy o usługach turystycznych, w szczególności w zakresie warunków art. 12 tej ustawy, egzemplifikującego szczegółowo elementy, które winna zawierać umowa o usługi turystyczne.

- 12) Pan Bogdan K z Gdyni zawarł umowę dotyczącą wycieczki do Hiszpanii (Costa Brava), w dniu 25 lipca 2011 r. W dniu 30 sierpnia 2011 r. konsument złożył rezygnację z imprezy. W uzasadnieniu swojego pisma klient wskazał, m.in. na brak programu wycieczki, brak informacji o noclegach i posiłkach, a także wnosił o zwrot uiszczony zaliczki, w wysokości 120 zł.

Zgodnie ze stanowiskiem Spółki (pismo z dnia 14 października 2011 r. kierowane do Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego) zwrot zaliczki nie przysługuje, bowiem rezygnacja została złożona po terminie.

- 13) Pani Zofia B z Wrocławia, w dniu 2 sierpnia 2011 r., zawarła umowę dotyczącą wyjazdu do Tyrolu, z terminem realizacji - *do uzgodnienia*. Pismem z dnia 3 września 2011 r., konsumenta złożyła rezygnację z umowy wskazując na względy rodzinne oraz informując, że podpisaną rezerwacją traktuje jako umowę wstępną, gdyż nie określono w niej terminu imprezy. Prosiła także o zwrot zaliczki (120 zł).

Zgodnie ze stanowiskiem Spółki (pismo z dnia 14 października 2011 r. kierowane do Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego) zwrot zaliczki nie przysługuje, bowiem rezygnacja została złożona po terminie.

- 14) Pani Alina A z Gdyni w dniu 23 lipca 2011 r. została zaproszona na spotkanie w „Willi Bryza” w Gdyni, na którym prezentowano sprzęt medyczny. Po prezentacji Spółka SOLARMED przedstawiła oferty imprez turystycznych. Pani A podpisała rezerwację imprezy, która miała odbyć się we wrześniu 2011 r. Po otrzymaniu potwierdzenia rezerwacji oraz programu konsumentka uznała, że *są duże nieścisłości, z programu tego nie wynika co konkretnie jest zawarte w cenie wycieczki: nie było terminu, miejscowości, adresu hotelu, rodzaju zakwaterowania, formy wyżywienia, nic o ubezpieczeniu* i złożyła oświadczenie o odstąpieniu od umowy.

Zgodnie ze stanowiskiem Spółki (pismo z dnia 14 października 2011 r. kierowane do Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego) zwrot zaliczki nie przysługuje, bowiem rezygnacja została złożona po terminie.

- 15) Pan Andrzej O z Tczewa zawarł w dniu 12 sierpnia 2011 r. umowę dotyczącą wyjazdu na 7 dni do Hiszpanii (Costa Brava). Termin wyjazdu został określony na maj 2012 r. Konsument otrzymał również program wycieczki. Program nie spełniał wymogów art. 12 ustawy o usługach turystycznych. Przedsiębiorca nie określił tam m.in. daty wyjazdu i powrotu, położenia i rodzaju obiektu hotelarskiego, ilości i rodzajów posiłków.

- 16) Pan Wiesław S z Gdańska w dniu 12 października 2011 r. dokonał rezerwacji wycieczki do Toskanii. Termin na dokumencie „rezerwacja” został określony: *maj/do uzgodnienia 2012*. Konsument wniósł tytułem zaliczki kwotę 120 zł. Następnie Spółka poinformowała - zdaniem konsumenta niezgodnie z poprzednimi ustaleniami - że w trakcie imprezy tylko 2 dni przeznaczone są na zwiedzanie, co więcej dotyczyło to wyjazdów fakultatywnych, do-



datkowo płatnych i nieoczekiwanie zwiększało koszty wyjazdu. Z tych powodów Pan S złożył rezygnację z umowy.

- 17) Pani Mirosława A ze Starogardu Gdańskiego, w dniu 13 września 2011 r., zawarła umowę dotyczącą wyjazdu do Hiszpanii. Termin wycieczki ustalono na wrzesień 2012 r. W dniu 26 września 2011 r. klientka otrzymała pismo potwierdzające przyjęcie rezerwacji. *Do pisma załączony był mały karteluszek nazwany „Programem...wycieczki...” (karteluszek ten nie zawierał niezbędnych danych jakie powinien zawierać rzetelny program). Pismo nie zawierało też umowy.* Konsumentka złożyła rezygnację z imprezy i zażądała zwrotu wniesionej wpłaty.
- 18) Pani Urszula W z Siemiatkowic Śląskich, będąc na pokazie sprzętu rehabilitacyjnego w Hotelu Monopol w Katowicach, dokonała rezerwacji wycieczki do Toskanii. Kilka miesięcy później konsumenta otrzymała od Spółki informację o terminie wyjazdu, który został wyznaczony na dzień 23 kwietnia 2012 r. Natomiast przedsiębiorca nie przekazał żadnych informacji nt. np. miejsca zakwaterowania, nazwy i standardu hotelu, ilości posiłków. W kwietniu 2012 r. przedsiębiorca wezwał Panią W do uiszczenia ceny wycieczki informując ponadto, że w przypadku rezygnacji obowiązana będzie ona do pokrycia kosztów w wysokości 60% tej ceny.
- 19) Pani Ewa G, w swoim wystąpieniu do Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego (e:mail z dnia 6 maja 2012 r.) poinformowała, że w dniu 26 sierpnia 2011 r. *w jednym z toruńskich hoteli został zorganizowany pokaz dla emerytów podczas którego niektórzy z uczestników „wygrali” wycieczkę zagraniczną. Oczywiście musieli od razu zdecydować czy pojadą czy nie i wpłacić 120 zł. Na fali euforii z wygranej na wyjazd zdecydowali się: moja teściowa z mężem oraz brat teścia z żoną...W maju 2012 r. obie pary otrzymały od firmy SOLARMED listy z Voucherem (przedartym na pół nota bene) oraz z prośbą o dokonanie wpłaty za wycieczkę oraz z informacją, iż w momencie rezygnacji będą musiały zapłacić 30% kosztów wycieczki zgodnie z Warunkami Imprez Turystycznych.* Zadaniem skarżącej Spółka nie ma podstaw do żądania zapłaty bowiem podpisana rezerwacja nie ma charakteru umowy. Pani G stwierdziła również, że *firma SOLARMED próbuje wyłudzić pieniądze od ludzi, którzy nie znają się na przepisach prawa a jednocześnie podejrzewa, że impreza to w ogóle nie dojdzie do skutku, a firma będzie starała się zarobić na naiwności emerytów próbując ich obciążyć kosztami rezygnacji.*
- 20) Pan Antoni P w dniu 4 lutego 2012 r. zawarł umowę dotyczącą wycieczki do Tyrolu i wpłacił kwotę stanowiącą 30% wartości ceny imprezy tj. 601 zł. W dniu 29 lutego 2012 r. konsument wystąpił do Spółki o dostarczenie programu oraz wskazanie terminu wyjazdu. SOLARMED nie udzielił mu żądanych informacji. Po dodatkowej interwencji, otrzymał propozycję wyjazdu w dniu 27 maja 2012 r. Ponieważ termin ten był dla Pana P niedogodny, złożył on rezygnację z umowy i wystąpił o zwrot wpłaconych środków pieniężnych. Spółka zwróciła tylko część pieniędzy zachowując resztę, jako koszt rezygnacji.
- 21) Pani Wisława K z Sosnowca po dokonaniu, w dniu 18 stycznia 2012 r., rezerwacji wyjazdu do Hiszpanii otrzymała w lutym 2012 r. *na skrawku papieru program wycieczki.* Konsumentka od lutego do maja 2012 r. dzwoniła kilkakrotnie do Spółki *chcąc uzyskać bardziej dokładną informację o całym*



pobycie, telefon milczał skrzynka była zapchana. W dniu 12 lipca 2012 r. klientka złożyła rezygnację z umowy. Do sierpnia nie otrzymała żadnej odpowiedzi w sprawie. W dniu 7 sierpnia 2012 r. Pani K skontaktowała się telefonicznie z SOLARMED i uzyskała informację, że kwot wpłaconych dotychczas nie odzyska.

- 22) Państwo Leon i Alicja S z Warszawy zawarli z SOLARMED umowę w dniu 20 kwietnia 2012 r. Termin wyjazdu został ustalony na wrzesień 2012 r. W dniu 8 maja 2012 r. konsumenci złożyli rezygnację z imprezy z powodu złego stanu ich zdrowia wraz z prośbą o zwrot wpłaconej zaliczki, w kwocie 150 zł. Spółka wezwała klientów do uiszczenia kosztów rezygnacji, jednak już po wszczęciu postępowania w niniejszej sprawie przedsiębiorca poinformował, że wezwanie to zostało anulowane (por. wyżej pkt [5]).
- 23) Pan Józef C z Koszalina, który zarezerwował wycieczkę do Toskanii, zrezygnował z niej w dniu 21 maja 2012 r. Wyjazd planowany był na maj 2013 r. *Rezygnację złożyłem na siedem miesięcy przed terminem wycieczki. Nie sądzę aby Solarmed poniósł z tego tytułu jakiegokolwiek koszty - wskazał konsument.* Tymczasem przedsiębiorca pismem z dnia 23 października 2012 r. wezwał klienta do pokrycia kosztów rezygnacji, w wysokości wg. *regulaminu 30% ceny imprezy.*

MAJĄC NA UWADZE ZEBRANY MATERIAŁ DOWODOWY, PREZES URZĘDU ZWAŻYŁ, CO NASTĘPUJE.

- [12] Możliwość rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uzależniona jest od uprzedniego stwierdzenia, czy zagrożony został w niej interes publicznoprawny. Prezes Urzędu jest upoważniony do realizacji zasadniczego celu powołanej ustawy, którym, zgodnie z art. 1 ust. 1, jest określanie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Jeśli natomiast przestanka interesu publicznego nie występuje Prezes Urzędu nie jest uprawniony do podjęcia sprawy. Rozpatrywana sprawa ma, w ocenie Prezesa Urzędu, charakter publicznoprawny, albowiem dotyczy ochrony interesu szerszej grupy konsumentów, którzy są lub mogą być klientami przedsiębiorcy. Zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami.
- [13] W postępowaniu, które kończy niniejsza decyzja, Spółce postawiono zarzuty naruszenia art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 oraz pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- Na podstawie art. 24 ust. 1 zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a zgodnie z ust. 2 tego artykułu, przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności:
- 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego [...],



- 2) naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji,
- 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Aby działania przedsiębiorcy mogły zostać uznane za sprzeczne z powołanymi wyżej przepisami art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, niezbędne jest wykazanie, iż spełniają one łącznie następujące przesłanki:

- ujawniają się w obrocie konsumenckim, a więc dotyczą relacji przedsiębiorca-konsument,
- stanowią działanie bezprawne,
- naruszają zbiorowe interesy konsumentów.

[14] SOLARMED jest przedsiębiorcą w rozumieniu art. 4 pkt 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, zgodnie z którym pod pojęciem tym rozumie się m.in. przedsiębiorcę w znaczeniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. z 2010 r. Nr 220, poz. 1447 ze zmianami). Artykuł 4 tej ustawy stanowi, iż:

- 1) przedsiębiorcą w rozumieniu ustawy jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną - wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą,
- 2) za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej.

Natomiast zgodnie z treścią art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.

Zgodnie zaś z art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i art. 22¹ Kodeksu cywilnego za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

W przedmiotowej sprawie fakt zawierania przez SOLARMED - będącym przedsiębiorcą - z konsumentami umów o usługi turystyczne, jak i stosowania w obrocie z konsumentami wzorców umownych tj.: „Rezerwacja” oraz „Warunki Imprez Turystycznych” nie budzi wątpliwości, co przesądza o tym, iż pierwszą z przesłanek należy uznać za spełnioną.

[15] Zdaniem Prezesa Urzędu, za wypełnioną należy uznać także trzecią przesłankę, bowiem naruszenie zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wtedy, gdy działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości, to jest w sytuacji, gdy skierowane jest nie tylko do indywidualnych konsumentów, lecz szerszego, nieograniczonego liczbowo kręgu osób, do których dotarła i dotrzeć może oferta przedsiębiorcy. W rozpatrywanej sprawie wymieniony warunek jest spełniony, bowiem oferta usług turystycznych przedstawiona przez SOLARMED adresowana była i jest nie do ściśle określonego, konkretnego konsumenta, lecz do z góry nieokreślonej, niemożliwej do zidentyfikowania liczby konsumentów, których sytuacja jest identyczna i wspólna.

[16] Za spełnioną należy uznać także drugą z przesłanek, tj. bezprawność działania przedsiębiorcy, w tym punkcie wywodzoną z tożsamości odpowiednich posta-



nowień wpisanych do rejestru, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego i postanowień będących przedmiotem postępowania, stosowanych w obrocie z konsumentami przez SOLARMED. Zakaz stosowania postanowień niedozwolonych nie ogranicza się bowiem jedynie do przedsiębiorcy, przeciwko któremu zapadł wyrok w sprawie o uznanie postanowień za niedozwolone, lecz rozciąga się również na wszystkich innych przedsiębiorców posługujących się postanowieniami identycznymi, tożsamymi co do skutków prawnych, bowiem art. 479⁴³ Kodeksu postępowania cywilnego prawomocność przedmiotowego wyroku rozszerza - od chwili wpisania wzorca umowy do ww. rejestru - na osoby trzecie.

Wpis określonego postanowienia do rejestru niedozwolonych postanowień umownych oznacza, że od tego momentu stosowanie określonej klauzuli jest zakazane we wszystkich wzorcach umownych. Powyższe stanowisko Prezesa Urzędu zgodne jest z orzecznictwem Sądu Najwyższego, który w uchwale z dnia 13 lipca 2006 r., sygnatura akt III SZP 3/06, stwierdził, iż „stosowanie postanowień wzorców umów o treści tożsamej z treścią postanowień uznanych za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i wpisanych do rejestru, o którym mowa w art. 479⁴⁵ § 2 k.p.c., może być uznane w stosunku do innego przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów [...]”. Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wskazał m.in., iż „[...] praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów art. 23a u.o.k.i k. [art. 24 obecnie obowiązującej u.o.k.ik] obejmuje również przypadki wprowadzania jedynie zmian kosmetycznych polegających na przestawieniu wyrazów lub zastąpieniu jednych wyrazów innymi, jeżeli tylko wykładnia postanowienia pozwoli stwierdzić, że jego treść mieści się w hipotezie zakazanej klauzuli. Stosowanie klauzuli o zbliżonej treści do klauzuli wpisanej do rejestru godzi przecież tak samo w interesy konsumentów, jak stosowanie klauzuli identycznej, co wpisana do rejestru [...]”.

Wobec tego, że z powołanego wywodu Sądu Najwyższego wynika wprost, iż nie jest konieczna dokładna, literalna identyczność klauzuli wpisanej do rejestru i klauzuli z nią porównywanej, za niedozwolone mogą zostać uznane również postanowienia wzorców umów mieszczące się w hipotezie postanowienia wpisanego do rejestru. Stosowanie postanowienia o treści zbliżonej może bowiem godzić w interesy konsumentów tak samo, jak stosowanie postanowienia identycznego z tym, które zostało wpisane do rejestru.

W ocenie Prezesa Urzędu postanowienia wzorca umowy stosowanego w obrocie z konsumentami przez SOLARMED, są tożsame z postanowieniami wpisanymi do rejestru postanowień niedozwolonych, o którym mowa w art. 479⁴⁵ ustawy Kodeks postępowania cywilnego, na podstawie prawomocnych wyroków Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (SOKiK).

Po pierwsze postanowienie wzorca „Warunki Imprez Turystycznych”, o treści: *Na 48 godzin przed wylotem Klient obowiązany jest potwierdzić godzinę wylotu w biurze podróży, w którym zawarł umowę. Klient zobowiązany jest potwierdzić u rezydenta lub sprawdzić w udostępnionej w hotelu teczce informacyjnej Solarmed Ltd. termin i godzinę podróży powrotnej. W przypadku zawarcia umowy, której przedmiotem jest tylko przelot samolotem, Klient zobowiązany jest potwierdzić godzinę wylotu w biurze podróży, w którym zawarł umowę na 48 godzin przed wylotem, a godzinę powrotu zgodnie z infor-*



macją zawartą w dokumentach podróży. W przypadku niedopełnienia przez Klienta obowiązku, o którym mowa w niniejszym punkcie Solarmed nie ponosi odpowiedzialności wobec Klienta, uznać należy, za tożsame z postanowieniem niedozwolonym, wpisanym do rejestru pod pozycją 1460.

Wyrokiem z dnia 11 maja 2007 r. (sygn. akt XVII AmC 28/06) Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał za niedozwolone postanowienie o treści *Uczestnik winien upewnić się u naszego przedstawiciela nie później niż na 24h i nie wcześniej niż na 48 h przed odlotem o dokładny czas odlotu samolotu. Jeżeli uczestnik ich nie potwierdzi i spóźni się na swój odlot Exim Tours zmuszone będzie do obciążenia uczestników dodatkowymi kosztami* (klauzula wpisana pod poz. 1460). Sąd uznał, że stanowi ono niedozwolone postanowienie umowne w świetle art. 385¹ § 1 k.c., jak również spełnia przesłanki art. 385³ pkt 2 k.c., bowiem przedsiębiorca próbuje przerzucić ciężar należytego wypełnienia swojego zobowiązania na konsumenta, bezpodstawnie nakładając na niego ciężar do podjęcia dodatkowych czynności związanych z koniecznością upewnienia się co do dokładnego czasu odlotu samolotu i grożąc ewentualnymi sankcjami. Zapis ten zmierza do wyłączenia lub ograniczenia odpowiedzialności przedsiębiorcy za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania i jest sprzeczny z treścią art. 14 b ust. 2 pkt 4 ustawy o usługach turystycznych, z którego wynika, że umowa powinna określać m.in. rodzaj, charakter i kategorię środka transportu oraz datę i godzinę, miejsce wyjazdu i planowanego powrotu. W ocenie Sądu należyte wykonanie zobowiązania wiąże się z koniecznością wskazania dokładnego czasu odlotu w chwili zawierania umowy, a w przypadku ewentualnej zmiany, dopilnowania, by konsument został o tej zmianie poinformowany na czas.

Postanowienie stosowane przez SOLARMED wywołuje tożsame skutki, jak ww. klauzula nr 1460. Oba postanowienia pozwalają bowiem na ograniczenie odpowiedzialności za wykonanie umowy i nakładają bezprawnie na konsumenta obowiązki, które zgodnie z przepisami ustawy o usługach turystycznych należą do przedsiębiorcy, kontrahenta konsumenta.

W nowym wzorcu umownym, obowiązującym od dnia 28 listopada 2012 r. postanowienie to nie występuje.

Po drugie w pkt 5.4 i 5.5 „Warunków Imprez Turystycznych” Spółka zawarła postanowienia o treści:

Koszty rezygnacji z uczestnictwa w imprezie turystycznej wynoszą standardowo na osobę;

<u>do 31 dni przed rozpoczęciem imprezy</u>	<u>30% ustalonej ceny</u>
<u>od 30 do 23 dnia</u>	<u>40% ustalonej ceny</u>
<u>od 22 do 16 dnia</u>	<u>50% ustalonej ceny</u>
<u>od 15 do 9 dnia</u>	<u>60% ustalonej ceny</u>
<u>od 8 do 3 dnia</u>	<u>80% ustalonej ceny</u>
<u>od 2 do dnia rozpoczęcia podróży lub jej nierozpoczęcia</u>	<u>90% ustalonej ceny</u>

Koszty rezygnacji stanowiące wyjątki od reguły standardowej określonej w pkt. 5.4 wynoszą;

A. Oferty typu last minute, oferty TOP, oferty dnia, oferty specjalne, oferty oszczędnościowe:

<u>do 31 dni przed rozpoczęciem imprezy</u>	<u>50% ustalonej ceny</u>
<u>od 30 do 23 dnia</u>	<u>65% ustalonej ceny</u>



<u>od 22 do 16 dnia</u>	<u>75% ustalonej ceny</u>
<u>od 15 do 9 dnia</u>	<u>80% ustalonej ceny</u>
<u>od 8 do 3 dnia</u>	<u>85% ustalonej ceny</u>
<u>od 2 do dnia rozpoczęcia podróży lub jej nierozpoczęcia</u>	<u>95% ustalonej ceny</u>

B. W przypadku gdy przedmiotem umowy jest tylko przelot rejsem czarterowym lub tylko przelot samolotem liniowym:

<u>do 31 dni przed rozpoczęciem imprezy</u>	<u>30% ustalonej ceny</u>
<u>od 30 do 15 dnia</u>	<u>60% ustalonej ceny</u>
<u>od 14 do 2 dnia</u>	<u>80% ustalonej ceny</u>
<u>w dniu rozpoczęcia podróży</u>	<u>95% ustalonej ceny</u>

Oplaty te stanowią równowartość kosztów poniesionych przez Solarmed Ltd. z tytułu dokonanych zmian.

Przywołane postanowienia uznać należy za tożsame z następującymi postanowieniami, umieszczonymi w rejestrze, o treści:

- "W przypadku odstąpienia przez klienta od umowy (bez względu na przyczynę) Biuro potrąca z dokonanej przez klienta wpłaty opłatę manipulacyjną w kwocie wpłaconej zaliczki czy 20% wartości imprezy - 20% ceny imprezy do 30 dni przed planowaną datą rozpoczęcia imprezy, 40% ceny imprezy od 29 do 22 dni przed planowaną datą rozpoczęcia imprezy, 50 % ceny imprezy od 21 do 16 dni przed planowaną datą rozpoczęcia imprezy, 100% ceny imprezy 15 dni lub krócej przed planowaną datą rozpoczęcia imprezy" - (wyrok SOKiK z dnia 21 listopada 2006 r., sygnatura akt XVII AmC 136/05, numer postanowienia w rejestrze: 1282).
- „Koszty rezygnacji: a) opłata stała w wysokości 50 zł, jeżeli rezygnacja nastąpiła w terminie do 30 dni przed datą rozpoczęcia imprezy, b) 30% przy rezygnacji w okresie 29-21 dni przed datą rozpoczęcia imprezy, c) 50% ceny imprezy przy rezygnacji w okresie 20-9 dni przed datą rozpoczęcia imprezy, d) 80% ceny imprezy przy rezygnacji w okresie 8-1 dni przed datą rozpoczęcia imprezy, e) 90% ceny imprezy w przypadku rezygnacji w dniu wyjazdu, lub nie zgłoszenia się w wyznaczonym czasie w miejscu zbiórki lub nieprzybycia do miejsca realizacji imprezy” (wyrok SOKiK z dnia 8 grudnia 2006 r., sygnatura akt XVII AmC 41/06, numer postanowienia w rejestrze: 1078).

W uzasadnieniu wyroku z dnia 8 grudnia 2006 r. SOKiK uznał, że *postanowienie to jest sprzeczne z art. 385¹ § 1 oraz art. 385³ pkt 12 i 16 k.c.. Zdaniem SOKiK zatrzymanie ryczałtowo określonych kwot na wypadek rezygnacji klienta z udziału w imprezie turystycznej, narusza zasadę ekwiwalentności świadczeń (...) a ponadto opłaty te zostały ustalone w sposób arbitralny, w oderwaniu od faktycznie poniesionych, w związku z faktem rezygnacji klienta z imprezy, strat przez pozwanego. Porównywanie zakwestionowanych w niniejszej sprawie postanowień umownych do przywołanych wyżej klauzul niedozwolonych prowadzi do wniosku, iż warunki te wywołują identyczne, tożsame konsekwencje dla konsumenta tzn. nakładają na niego obowiązek zapłaty ryczałtowych stawek, w przypadku rezygnacji z udziału w imprezie, podczas gdy - co wynika z orzecznictwa SOKiK - winien on być zobowiązany jedynie do zwrotu wszelkich poniesionych przez przedsiębiorcę kosztów, z tytułu zawarcia i realizacji umowy. Zgodnie ze stanowiskiem SOKiK (wyrok z dnia 20 lutego*



2007r., sygn. XVII AmC 50/06) przedsiębiorca ma prawo do potrącenia kosztów w przypadku rezygnacji konsumenta z umowy. Kwota podlegająca potrąceniu powinna jednak zostać ustalona, w oparciu o indywidualne rozliczenia z konsumentem z uwzględnieniem rzeczywistej straty poniesionej przez pozwanego.

Przeprowadzone porównanie postanowień wzorca umowy stosowanego przez przedsiębiorcę ze wskazanymi klauzulami uznanymi wcześniej przez Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów za postanowienia niedozwolone i wpisane do rejestru, jednoznacznie wskazuje na tożsamość skutków wywoływanych przez porównywane klauzule, czego nie niwelują różnice w zakresie użytych sformułowań i wyrazów.

Spółka we wzorcu umownym zastrzegła ustalone ryczałtowo koszty rezygnacji sugerując, że stanowią one równowartość wydatków poniesionych przez przedsiębiorcę. Jednocześnie przedsiębiorca zwolnił się od faktycznego wykazania, jakiego rodzaju koszty i w jakiej wysokości poniósł, w związku z umową zawartą przez konsumenta i jego późniejszą rezygnacją.

Wskazać dodatkowo należy, że w okolicznościach przedmiotowej sprawy, bardzo często okres pomiędzy datą zawarcia umowy, a datą imprezy wynosi ponad pół roku, lub nawet ma zostać ustalony w terminie późniejszym, co tym bardziej potwierdza, że w każdym indywidualnym przypadku wysokość poniesionych przez przedsiębiorcę kosztów może być bardzo różna i może znacznie odbiegać od ich ryczałtowego poziomu, ustalonego w analizowanym postanowieniu umownym.

We wzorcu umownym stosowanym zarówno poprzednio, jak i obowiązującym obecnie, od dnia 28 listopada 2012 r., w pkt 5.2. warunków uczestnictwa w imprezach turystycznych przedsiębiorca przewidział, że *jeżeli Klient zrezygnuje z uczestnictwa w imprezie turystycznej lub jeżeli nie rozpocznie imprezy turystycznej z powodów niezależnych od Solarmed Ltd. Solarmed Ltd. zastrzega sobie prawo żądania zapłaty kwot stanowiących równowartość rzeczywistych kosztów w wysokości nie wyższej niż ustalona na zasadach określonych w punktach 5.4 i 5.5 Warunków Imprez Turystycznych (oraz kosztów ubezpieczenia) poniesionych w związku z dokonanymi już przygotowaniem do zorganizowania imprezy turystycznej. Przy obliczaniu należnych do zapłaty kwot uwzględnia się koszty jakie zostały zaoszczędzone, a także możliwość innego wykorzystania świadczeń.* Postanowienie to zakłada, że w przypadku rezygnacji Spółka obciąża konsumenta kosztami rezygnacji faktycznie poniesionymi, jednak przewiduje również, że koszty te mogą być różne, ale nie wyższe niż ustalone ryczałtowo, czyli mogą też być niższe.

Zapis ten jednak nie niweluje abuzywnego charakteru kwestionowanego postanowienia i nie wyklucza uznania go za niedozwolone. Niewątpliwie przedsiębiorca ustalił koszty rezygnacji z wykonania usługi w sposób ryczałtowy. Ponadto, na podstawie zgłoszonych skarg konsumenckich oraz przekazanych przez konsumentów pism kierowanych do nich przez Spółkę wynika, że SOLARMED faktycznie nie przedstawia rozliczenia opartego na kosztach rzeczywiste poniesionych, ale informuje o konieczności uiszczenia odszkodowania w wysokości określonej ryczałtowo. Dane dotyczące przykładowych skarg konsumenckich zawiera niżej zamieszczona tabela.

Nazwisko Konsumenta	Data zawarcia umowy	Data imprezy	Informacja o kosztach rezygnacji w wezwaniu do
---------------------	---------------------	--------------	--



			zapłaty
	22.05.12	Wrzesień 2013	„wg. regulaminu 30%”
	maj 2012	Wrzesień 2012	„wg. regulaminu 60%”
	22.05.12	Kwiecień 2013	„wg. regulaminu 30%”
	14.06.12	17 sierpnia 2012	„wg. regulaminu 40%”
	08.03.12	Czerwiec 2012	„wg. regulaminu 30%”
	17.05.12	Wrzesień 2013	„wg. regulaminu 30%”

Z przedstawionych danych wynika, że SOLARMED informując o wysokości kosztów ewentualnej rezygnacji nie ustala ich indywidualnie w oparciu o faktycznie i rzeczywiście poniesione koszty, ale przywołuje i stosuje postanowienia regulaminu tj. wzorca „Warunki Imprez Turystycznych”, które określają wysokość kosztów w sposób ryczałtowy.

Przedsiębiorca przewidział w umowie, że jest uprawniony do naliczenia i pobierania kosztów z tytułu rezygnacji, natomiast nie przyznał konsumentom prawa do uzyskania rzetelnej informacji, o tym jakie i w jakiej wysokości koszty rzeczywiście zostały poniesione.

W okolicznościach niniejszej sprawy przyjąć należy, że SOLARMED, określając koszty rezygnacji, wykorzystuje faktycznie i wyłącznie postanowienie będące przedmiotem niniejszego rozstrzygnięcia.

- [17] Mając na względzie powyższe, Prezes Urzędu uznaje, iż postanowienia, wskazane w ww. punkcie [16] mieszczą się w hipotezie przywołanych postanowień wpisanych do rejestru postanowień umowy uznanych za niedozwolone. Jednocześnie, zdaniem Prezesa Urzędu, wszystkie wskazane wcześniej przesłanki wynikające z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zostały spełnione.
- [18] Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania, jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy.
- [19] Zgodnie z art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu nie wydaje decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki. W takim wypadku Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. Jednocześnie zgodnie z ust. 4 tego przepisu Prezes Urzędu może określić środki usunięcia trwających skutków naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.
- [20] W odniesieniu do postanowienia, o którym mowa w punkcie I sentencji decyzji: Przedsiębiorca od dnia 28 listopada 2012 r. stosuje nowy/zmieniony wzorzec „Warunki Uczestnictwa w Imprezie Turystycznej organizowanej przez Solarmed...”, w którym postanowienie to nie występuje. Stąd orzeczono, jak w punkcie I sentencji decyzji.
- [21] Jak wynika z ustaleń stanu faktycznego sprawy, postanowienia, o których mowa w punkcie II sentencji decyzji nadal są przez przedsiębiorcę stosowane. Z tych też względów orzeczono, jak w punkcie II sentencji decyzji.



[22] Zdaniem Prezesa Urzędu, za sprzeczne z art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niezgodnie z przepisem art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, należy uznać działanie przedsiębiorcy polegające na nieinformowaniu konsumentów, z którymi zawarł on umowy poza lokalem, o prawie odstąpienia od umowy oraz niewręczaniu wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Zgodnie z przywołanym art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny „Kto zawiera z konsumentem umowę poza lokalem przedsiębiorstwa, powinien przed jej zawarciem poinformować konsumenta na piśmie o prawie odstąpienia od umowy w terminie, o którym mowa w art. 2 ust. 1, i wręczyć wzór oświadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem swojego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresem zamieszkania (siedziby); obowiązany jest także wręczyć konsumentowi pisemne potwierdzenie zawarcia umowy, stwierdzające jej datę i rodzaj oraz przedmiot świadczenia i cenę”.

Z treści zacytowanego przepisu wynika jednoznacznie, że warunkiem koniecznym do stwierdzenia zgodności działania przedsiębiorcy z jego obowiązkami względem konsumentów, w przypadku zawierania umów poza lokalem, jest równoczesne poinformowanie konsumentów o prawie do odstąpienia od umowy oraz wręczenie wzoru oświadczenia o odstąpieniu.

Prezes Urzędu otrzymał zarówno bezpośrednio, jak i od Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Warszawie oraz od Marszałka Województwa Pomorskiego w Gdańsku skargi konsumenckie na działania Spółki SOLARMED. Dane dotyczące skarg zostały zawarte w poniżej prezentowanym zestawieniu.

L p.	nazwisko	Data zawarcia umowy	Umowa zawarta poza lokalem	Informacja o prawie do odstąpienia od umowy	Data imprezy	Dołączony Wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy
1		22.05.12	tak	tak	Wrzesień 2013	Brak dowodu
2		13.05.12	tak	tak	Sierpień 2012	Brak dowodu
3		20.08.11	tak	-	Wrzesień 2012	Brak dowodu
4		maj 2012	tak	tak	Wrzesień 2012	Brak dowodu
5		22.05.12	tak	tak	Kwiecień 2013	Brak dowodu
6		14.06.12	tak	tak	17 sierpnia 2012	Brak dowodu
7		08.03.12	tak	tak	Czerwiec 2012	Brak dowodu
8		17.05.12	tak	tak	Wrzesień 2013	Brak dowodu
9		15.11.11	tak	-	Czerwiec 2012	Brak dowodu
10		05.10.11	tak	-	Maj/czerwiec 2012	Brak dowodu
11		25.07.11	-	-	Rok 2012	Brak dowodu
12		02.08.11	tak	-	Do uzgodnienia	Brak dowodu
13		23.07.11	tak	-	Wrzesień 2011	Brak dowodu
14		12.08.11	tak	brak danych	Maj 2012	Brak dowodu
15		12.10.11	tak	-	Maj 2012	Brak dowodu
16		13.09.11	tak	-	Wrzesień 2012	Brak dowodu
17		00.10.11	tak	brak danych	Do uzgodnienia	Brak dowodu
18		26.08.11	tak	brak danych	b.d	Brak dowodu
19		09.02.12	tak	tak	Maj 2012	Brak dowodu



20		18.01.12	tak	tak	b.d	Brak dowodu
----	--	----------	-----	-----	-----	-------------

Na podstawie tych informacji nie ulega wątpliwości, że SOLARMED oferuje konsumentom możliwość zawarcia umowy o usługi turystyczne również poza swoją siedzibą, jednak - co potwierdzają skargi konsumentów - w roku 2011 nie byli oni informowani o przysługującym im prawie do odstąpienia od zawartej umowy. Wprawdzie na wzorcach umownych wykorzystywanych przez Spółkę w roku 2012 znajdowała się informacja o treści: *Klient ma prawo do odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od daty podpisania rezerwacji/umowy*, jednak brak jest jakichkolwiek dowodów wskazujących na wypełnienie przez przedsiębiorcę obowiązku wręczenia konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem jego nazwy oraz siedziby. Również przekazane nowe wzorce umowne, obowiązujące od dnia 28 listopada 2012 r. nie wskazują, aby Spółka wręczała konsumentom, z którymi zawarła umowy poza lokalem, dokument zawierający takie oświadczenie. Jedynymi załącznikami do umowy są bowiem: Katalog (załącznik nr 1) oraz Warunki uczestnictwa w imprezie turystycznej (załącznik nr 2).

Brak zarówno rzetelnej informacji nt. możliwości odstąpienia od umowy, jak i zaniechanie wręczenia konsumentom wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, może utrudniać lub wręcz uniemożliwić klientowi skorzystanie z tego prawa.

Należy wskazać, że oferta zawarcia umowy o usługi turystyczne, często przedkładana jest konsumentom poza lokalem przedsiębiorcy przy okazji innych wydarzeń np. podczas prezentacji różnego rodzaju towarów, prelekcji itp., na które zapraszane są głównie osoby starsze. Korzystając z takich okazji/spotkań, konsumenci/uczestnicy często nie myślą racjonalnie i krytycznie, i zazwyczaj nie przewidują, ani nie planują wyjazdu turystycznego. Propozycja wycieczki jest więc dla nich dla nich zaskakująca, nieoczekiwana, a często stanowi wygraną nagrodę. Dodatkowo decyzję o zawarciu umowy należy podjąć niemal natychmiast. Wiek, zaskoczenie oraz okoliczności, w których znaleźli się konsumenci powodują, że decyzja o przyjęciu oferty podejmowana jest nagle, bez należytego jej rozważenia. Z tych też powodów niezmiernie istotną kwestią jest aby przedsiębiorca, w takich przypadkach, nie tylko należycie informował swoich klientów o ich uprawnieniach, ale także postępował zgodnie z obowiązującymi go przepisami prawa.

Uwzględniając wszystkie okoliczności sprawy Prezes Urzędu postanowił i orzeka, jak w **punkcie III** sentencji decyzji.

[23] Praktyka, o której mowa w **punkcie IV** sentencji niniejszej decyzji, polega na naruszeniu obowiązku udzielania, przez SOLARMED konsumentom, w stosowanych umowach/rezerwacjach, rzetelnych i pełnych informacji dotyczących programu imprezy, co jest sprzeczne z art. 14 ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r. o usługach turystycznych (Dz.U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268 z późniejszymi zmianami). Zgodnie z tym przepisem przedsiębiorca zawierając umowę z klientem powinien przekazać program imprezy turystycznej obejmujący rodzaj, jakość i terminy oferowanych usług, w tym:

- rodzaj, charakter i kategorię środka transportu oraz datę, godzinę, miejsce wyjazdu i planowanego powrotu,
- położenie, rodzaj i kategorię obiektu hotelarskiego zgodnie z przepisami kraju pobytu lub opis wyposażenia obiektów niezaliczanych do rodzaju i kategorii,



– ilość i rodzaj posiłków,
– program zwiedzania i inne usługi wliczone w cenę imprezy turystycznej.

Tymczasem, jak na to wskazują skargi przekazane przez konsumentów/klientów Spółki, przedsiębiorca zawierając umowy nie wypełnia tego obowiązku. Dla przykładu program 6 dniowej wycieczki do Południowego Tyrolu/Jezioro Gardeńskie, który otrzymał Pan Jerzy Z nie zawierał ustawowo wymaganych informacji, co do charakteru i kategorii środka transportu oraz daty, godziny i miejsca wyjazdu i powrotu, nie precyzował położenia, rodzaju i kategorii obiektu hotelarskiego, ani nie określał programu zwiedzania. W programie przewidziano natomiast, że organizator zastrzega sobie prawo do jego zmiany. Podobnie zastrzeżenia budzi program 4-dniowej wycieczki do Pragi, który otrzymał Pana Zbigniew S. Nie zawierał on danych nt. położenia obiektu hotelarskiego, w którym planowane było zakwaterowanie uczestników imprezy, brak było także informacji nt. programu zwiedzania. Z kolei program 7-dniowej wycieczki na Costa Brava, otrzymany przez pana Mirosława S, nie zawierał informacji nt. charakteru i kategorii środka transportu oraz daty, godziny i miejsca wyjazdu i powrotu. Nie przedstawiał też danych nt. rodzaju i kategorii obiektu hotelarskiego oraz programu zwiedzania. Z treści tego załącznika do umowy można wysnuć wniosek, że głównymi atrakcjami imprezy były wycieczki fakultatywne, w których uczestnik może wziąć udział i które są często płatne dodatkowo, jak np. wynika to z programu imprezy przekazanego Pani Wiesławie K.

Także i inni konsumenci, np. w skargach wymienionych w pkt [11] (poz. 14; 16; 17; 19; 20) niniejszej decyzji, wskazywali na uchybienia przedsiębiorcy w tym zakresie.

W ocenie Prezesa Urzędu okoliczności faktyczne sprawy wskazują jednoznacznie, iż przedsiębiorca zawierając umowy z konsumentami nie wypełnia swoich obowiązków i nie przedstawia programu oferowanych imprez w sposób określony w przepisach prawa. Takie działanie nie tylko uniemożliwia klientom SOLARMED zapoznanie się z ofertą Spółki, ale także ogranicza im prawo do kwestionowania sposobu wykonania umowy, czy stwierdzenia zgodności otrzymanego świadczenia z umową. W rzeczywistości, przystępując do umowy z SOLARMED konsumenci często nie wiedzą dokładnie, kiedy pojadą na daną wycieczkę, bowiem w umowach zazwyczaj nie zostaje określona data, a jedynie przybliżony termin imprezy, gdzie będą zakwaterowani oraz jakie i jakiego rodzaju świadczenia otrzymają w zamian za uiszczoną cenę imprezy.

Mając to na uwadze Prezes Urzędu postanowił, jak w **punkcie IV** sentencji decyzji.

- [24] Ostatni z zarzutów postawionych przedsiębiorcy związany jest ze stosowaniem przez Spółkę wzorca „Warunki Umowy Uczestnictwa w Imprezie Turystycznej organizowanej przez Solarmed...”, obowiązującego od dnia 28 listopada 2012 r., w nieczytelnej formie graficznej tj. sporządzonego bardzo małą czcionką o kolorze jasnoniebieskim, na białym tle i papierze o takiej gramaturze, która powoduje, że na danej stronie widoczny jest równocześnie tekst umieszczony na stronie odwrotnej, co utrudniania konsumentom zapoznanie się z zakresem praw i obowiązków wynikających z umowy i stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206).



Zgodnie z treścią art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.

Jednocześnie, w myśl art. 2 ust. 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu lub zapłaci za produkt, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzyma się od jej dokonania. Nieuczciwa praktyka rynkowa może dotyczyć decyzji zarówno, co do potencjalnej możliwości zawarcia umowy, jak i umowy rzeczywiście zawieranej.

Należy jednak wskazać, że praktyka określona w art. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym odnosi się do decyzji podejmowanych przez przeciętnego konsumenta, za którego uznaje się konsumenta dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego. Oceny tej należy dokonać z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególne podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy ze względu na szczególne cechy, takie jak: wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa (art. 2 ust. 8 tej ustawy). Definicja przeciętnego konsumenta precyzuje więc pewien zespół cech mentalnych konsumenta, jego przeciętność, polegającą na tym, że z jednej strony możemy wymagać od takiego konsumenta pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy uznać, że jest to wiedza kompletna i profesjonalna i że konsument - mimo tej ogólnej orientacji w rzeczywistości - ma prawo pewnych rzeczy nie wiedzieć. Dlatego też to na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek rzetelnego poinformowania swoich klientów/konsumentów o ich prawach i obowiązanych wynikających i dotyczących nawiązanego stosunku prawnego.

W przedmiotowej sprawie przyjąć należy, że oferta handlowa przedsiębiorcy, kierowana jest do niedookreślonej grupy osób fizycznych, konsumentów, którzy zawierają umowę w celu bezpośrednio niezwiązanym z działalnością gospodarczą, są to więc konsumenci przeciętni, którzy najczęściej potrafią zrozumieć kierowane do nich informacje oraz podjąć w oparciu o ten przekaz świadomą decyzję co do oferty i produktów Spółki, jeżeli tylko wiedza ta przekazana jest im w sposób przystępny i zrozumiały.

Zdaniem Prezesa Urzędu, przeciętny konsument spotykając się z ofertą Spółki mógł podjąć decyzję dotyczącą umowy, której inaczej by nie podjął, a więc powziąć zamiar skorzystania z oferty przedsiębiorcy, lub nawet zawrzeć z nim umowę.

Wskazać należy, że SOLARMED oferuje konsumentom możliwość zawarcia umowy o usługi turystyczne posługując się gotowym wzorcem tej umowy. Zgodnie natomiast z treścią art. 385 § 2 kodeksu cywilnego, wzorzec umowy winien być sformułowany w sposób jednoznaczny i zrozumiały. Wymóg jednoznaczności odnosi się do treści sformułowań użytych we wzorcu. Natomiast wymóg zrozumiałości wzorca obejmuje oprócz niebudzącego wątpliwości i ja-



snego sprecyzowania treści takiego wzorca, także czytelność ze względu na sposób sporządzenia dokumentu, wielkość czcionki, czy język tekstu (K. Piętrzykowi, Kodeks cywilny. Komentarz Warszawa 2005 r.).

Udostępniany więc konsumentom wzorzec umowy powinien mieć na tyle wyodrębnioną formę oraz jasną i zrozumiałą treść, aby możliwe było zapoznanie się z nim przez przeciętnego konsumenta.

Jest to szczególnie istotne z uwagi na fakt, iż wzorzec umowy konstruuje i określa zarówno zakres obowiązków, jak i praw stron umowy. Z tych też przyczyn zapewnienie czytelności tekstu wzorca jest niezmiernie ważne dla dotrzymania warunku jego zrozumiałości.

Problematyka czytelności pisma/druku jest szczególnie istotna w przypadku długich tekstów, takich jak regulaminy czy warunki zawarcia określonych umów. Do elementów decydujących o czytelności konkretnego pisma zaliczyć trzeba przede wszystkim krój używanego pisma i jego parametry, proporcje powierzchni zadrukowanej do niezadrukowanej oraz wreszcie technikę samego druku. W literaturze przedmiotu (por. K. Tyczkowski, „Lettera Magica”, Łódź 2005 r.) podkreśla się, że w procesie projektowania typograficznego istnieje silne i znaczące powiązanie kroju pisma, jego stopnia wraz z interlinią oraz szerokości i rodzaju składu. Odpowiedni dobór kroju i czcionki związany jest bowiem ze skokową naturą czytania (oko w trakcie czytania wykonuje ruchy skokowe). Zatem poszczególne wiersze tekstu odbiorca odczytuje wykorzystując kilka postojów, zwanych fiksacjami. W tekstach przeznaczonych do „klasycznego” czytania należy stosować kroje pism w odmianie „regular” lub „book”, których minuskuły (tj. małe litery alfabetu) charakteryzują się dużą wysokością „X”, stosunkowo krótkimi wydłużeniami dolnych i nieco dłuższych górnych części litery oraz dużym światłem wewnętrznym litery. Elementem ułatwiającym czytanie jest również graficzna spójność tekstu. Bardziej spójny obraz wiersza przeznaczonego do odczytania tworzą kroje pism szeryfowych, które podkreślają linię bazową pisma. Szeryfy to ozdobne, krótkie kreski stosowane w wielu krojach pisma do zwiększenia dekoracyjności danego fontu (tj. zestawu czcionek o określonych cechach). Najczęściej są to poziome kreski będące stopkami liter, ale mogą występować również w innych miejscach znaków. W praktyce przyjmuje się, że łatwiej czyta się tekst jednolity wydrukowany krojem szeryfowym (potwierdzają to badania przeprowadzone w ramach eksperymentu „rywalizacja dwuoczna” przez prof. Bror Zachrissona, których wyniki zostały opublikowane w: B. Zachrisson, „Studia nad czytelnością druku”, Warszawa 1970 r.) Oprócz zastosowania dobrze czytelnego kroju pisma ważnym elementem jego czytelności jest również właściwy dobór stopnia pisma, interlinii, szerokości wiersza i typu składu. Co prawda, przepisy prawa nie określają wielkości czcionki, którą powinno się sporządzać określone wzorce, ale winna być ona czytelna dla przeciętnego konsumenta. Dla standardowej odległości pomiędzy oczami odbiorcy a czytany tekst, czyli 30 cm, optymalna wielkość czcionki waha się pomiędzy 9 a 11 punktów. Co za tym idzie optymalna szerokość składu mieści się w granicach 60-70 znaków drukarskich wraz z odstępami międzywyrazowymi. Podkreślić należy, iż wiersze dłuższe niż 70 znaków i krótsze niż 40 znaków znacząco wpływają na obniżenie jakości i szybkości czytania. Nadto przy zastosowaniu standardowej wielkości pisma 9-11 punktów, interlinia pomiędzy wierszami winna wynosić 2-3 punktów. Im bowiem dłuższy tekst, tym większa powinna być interlinia oddzielająca poszczególne wiersze składu. Zastosowanie mniejszych niż wska-



zane odstępów między wierszami utrudnia odszukanie początku kolejnej linii tekstu. Czytelność tekstu zostaje również znacznie obniżona w przypadku zastosowania tzw. składu w kontrze (jasny kolor czcionki na ciemnym tle) lub użycia czcionki koloru innego niż czern. W fachowej literaturze podkreśla się, iż „użycie koloru dla tła lub czcionki z reguły zmniejsza czytelność tekstu w porównaniu z typową czarną literą na bieli” (tak: K. Tyczkowski, „Lettera Magica”, Łódź 2005 r., s. 35-37). Wreszcie, wymóg czytelności odnosi się także do kompletności druku, a przede wszystkim możliwości jego spostrzeżenia oraz odczytania (za: E. Łętowską, Glosa do wyroku NSA z 21 lutego 2000 r.)¹.

W rozpatrywanej sprawie SOLARMED przedstawia swoim klientom, od 28 listopada 2012 r., wzorzec umowy sporządzony: na piśmie, na białej kartce formatu A4, bardzo małą czcionką (według szacunków Prezesa Urzędu - mniej niż 6 punktową) w kolorze jasnoniebieskim. Przedsiębiorca, co prawda, tekst warunków umowy przedstawił w trzech kolumnach jednak zastosował interlinię w około 1 punktowej skali, co dodatkowo utrudnia percepcję i możliwość odczytania tekstu. Zdaniem Prezesa Urzędu, przedmiotowy wzorzec został sporządzony na takim tle i taką czcionką, której wielkość i kolor może utrudniać lub wręcz uniemożliwiać odczytanie istotnych informacji związanych z świadczeniem usług turystycznych. Dodatkowym utrudnieniem zapoznania się z treścią wzorca jest gramatura papieru, na którym wzorzec ten został sporządzony. Przedsiębiorca użył papieru o gramaturze powodującej, że na danej stronie widoczny jest równocześnie tekst umieszczony na stronie odwrotnej. Nałożenie się na siebie zarówno tekstu z danej strony, jak i powstałe zacielenia i przebicia tekstu strony odwrotnej utrudniają odczytanie wzorca. W ocenie Prezesa Urzędu tak sporządzony wzorzec, z uwagi na jego szatę graficzną, nie spełnia wymogów jego opracowania w sposób jednoznaczny i zrozumiały. W konsekwencji tego działania, konsument mógł więc podjąć ważną dla niego decyzję dotyczącą umowy, której nie podjąłby, gdyby przedstawione mu warunki, na jakich będzie świadczona usługa były mu znane i dla niego zrozumiałe, łatwe do odczytania.

Zgodnie z brzmieniem cytowanego wcześniej art. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, praktyka rynkowa jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta. Aby więc określone działania przedsiębiorcy zakwalifikować jako taką praktykę należy wykazać, że jest ona, po pierwsze, sprzeczna z dobrymi obyczajami.

W wyroku z dnia 23 lutego 2006 r. sygnatura akt XVII Ama 118/04, SOKiK uznał, że *istotą pojęcia dobrego obyczaju jest szeroko pojęty szacunek dla drugiego człowieka. W stosunkach z konsumentami powinien on wyrażać się właściwym informowaniem o przysługujących uprawnieniach, niewykorzystywaniu uprzywilejowanej pozycji profesjonalisty i rzetelnym traktowaniu partnerów umów. Za sprzeczne z dobrymi obyczajami można uznać działania zmierzające do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u konsumenta, a także wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności.*

Druga z przesłanek przesądzających o nieuczciwości praktyk rynkowych dotyczy ograniczenia swobody decyzyjnej przeciętnego konsumenta poprzez zniekształcenie jego zachowań gospodarczych. Istotność zniekształcenia zachowa-

¹ Decyzja Prezesa Urzędu nr RPZ 29/2010, z dnia 13.12.2010 r.



nia rynkowego konsumentów poprzez stosowaną praktykę rynkową pozwala uznać, że jej wpływ skłania przeciętnego konsumenta do zmiany zachowania rynkowego i skutkuje, co najmniej potencjalnym, zniekształceniem jego zachowania. Jeśli więc przeciętny konsument nie byłby pod istotnym wpływem nieuczciwej praktyki rynkowej, jego zachowanie rynkowe przybrałoby inny kształt. Za wystarczające zatem do uznania praktyki rynkowej za nieuczciwą (oprócz przesłanki sprzeczności z dobrymi obyczajami) jest wykazanie jedynie potencjalnej możliwości zniekształcenia zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta, co oznacza, że nie musi do tego zniekształcenia dojść. Tym samym wystarczy, że praktyka ma zdolność wpływania na decyzje konsumenta w postaci jej zniekształcenia (por. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Komentarz Małgorzata Sieradzka, Wydawnictwo Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2008, s. 83).

W przedmiotowej sprawie za dobre obyczaje należy uznać poszanowanie prawa konsumenta do uzyskania rzetelnej informacji, jaką przedsiębiorca (tu: SOLARMED), profesjonalny uczestnik rynku, powinien mu przedstawić, oferując swoje towary/usługi. Zdaniem Prezesa Urzędu, naruszenie tak rozumianych dobrych obyczajów nastąpić może właśnie wskutek przekazania informacji o istotnych elementach umowy w sposób utrudniający, czy wręcz uniemożliwiający odczytanie/zapoznanie się z jej warunkami.

Ponadto, w ocenie Prezesa Urzędu działania Spółki mogły w istotny sposób zniekształcić zachowania rynkowe konsumentów, zarówno przed zawarciem umowy, jak i później. Trudność z odczytaniem tekstu umowy skutkowałą bowiem ograniczeniem zapoznania się z zakresem praw i obowiązków wynikających z tej umowy.

Mając na uwadze dokonane ustalenia, Prezes Urzędu uznał, że analizowane działania przedsiębiorcy wyczerpują przesłanki nieuczciwej praktyki rynkowej, zdefiniowanej w art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Z tych też powodów orzeczono, jak w **pkt V** sentencji decyzji.

- [25] Zgodnie z art. 106 ust. 1 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu może nałożyć na przedsiębiorcę stosującego praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10% przychodu, osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Kara taka może być nałożona bez względu na to, czy przedsiębiorca dopuścił się naruszenia umyślnie, czy też nieumyślnie. 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 okres, stopień oraz okoliczności naruszenia przepisów ustawy, a także uprzednie naruszenie przepisów ustawy.*

W punkcie od I do V sentencji niniejszej decyzji stwierdzono stosowanie przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, które polegają na posługiwaniu się w obrocie konsumenckim klauzulami bądź to wpisanymi do rejestru niedozwolonych postanowień umownych (punkt I i II), bądź sprzecznymi z obowiązującymi przepisami prawa (punkt III, IV i V).



Przychód osiągnięty przez przedsiębiorcę w 2012 r. wyniósł zł, w związku z czym maksymalna kara, jaka mogłaby zostać wymierzona, to zł za każdą z orzeczonych praktyk.

Ustalając wymiar kar pieniężnych Prezes Urzędu dokonał w pierwszej kolejności oceny wagi stwierdzonych w niniejszej decyzji naruszeń i określił wysokości kwot bazowych kar, będących odsetkiem uzyskanego przez przedsiębiorcę w 2012 r. przychodu.

Oceniając wagę praktyk stosowanych przez SOLARMED Prezes Urzędu wziął pod uwagę okoliczność, że opisane w pkt I-IV sentencji decyzji praktyki miały charakter długotrwały, bowiem przedsiębiorca stosuje te praktyki ponad rok.

Jednocześnie w przypadku ostatniej z praktyk, orzeczonej w pkt V sentencji niniejszej decyzji, brak jest podstaw do twierdzenia, iż działania przedsiębiorcy, związane z naruszeniem interesów konsumentów, miały charakter długotrwały, bowiem praktyka ta związana jest ze stosowaniem wzorca umowy, od dnia 28 listopada 2012 r., czyli krócej niż rok.

Ponadto, jak wskazano wcześniej, sankcja w postaci nałożenia kary może być na przedsiębiorcę nałożona niezależnie od tego, czy dopuścił się on naruszenia umyślnie, czy też nieumyślnie.

W zgromadzonym materiale dowodowym, w zakresie praktyk orzeczonych w pkt I-IV sentencji decyzji, nie ma jednoznacznych dowodów wyraźnej intencji przedsiębiorcy naruszenia interesów konsumentów, stąd uznać należy, że działania SOLARMED miały charakter nieumyślny.

Jednocześnie, zdaniem Prezesa Urzędu działania przedsiębiorcy, o których mowa w pkt V sentencji decyzji miały charakter umyślny. Przedsiębiorca miał świadomość, że stosowany przez niego wzorzec umowy został przygotowany w sposób utrudniający zapoznanie się z treścią postanowień, określający podstawowe obowiązki i prawa konsumentów/klientów SOLARMED. Niewątpliwie opracowanie wzorca umowy na papierze o gramaturze powodującej, że na danej stronie widoczny jest równocześnie tekst umieszczony na stronie odwrotnej oraz na takim tle i taką czcionką, której wielkość i kolor utrudnia odczytanie informacji nie może być działaniem przypadkowym, w szczególności przy uwzględnieniu okoliczności, że oferta przedsiębiorcy kierowana jest przede wszystkim do osób starszych, które i bez tych utrudnień, często z uwagi na wiek i słabszy wzrok, mają problemy z odczytaniem tekstów.

Zdaniem Prezesa Urzędu orzeczone w niniejszej decyzji praktyki miały negatywne skutki dla konsumentów. SOLARMED stosując postanowienia niedozwolone próbował przerzucić na konsumentów odpowiedzialność za wykonanie umowy lub obciążyć ich niewłaściwymi kosztami rezygnacji. Ograniczał również swoim klientom prawo do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem, jak również, na skutek działań przedsiębiorcy, konsumenci nie uzyskiwali rzetelnych informacji nt. programu planowanej imprezy turystycznej, co m.in. ograniczało im prawo do weryfikacji, czy późniejszego kwestionowania prawidłowości wykonania zawartej umowy. Również stosowany wzorzec umowy, opracowany w sposób utrudniający jego odczytanie, skutkowało ograniczeniem konsumentów prawa do rzetelnej informacji nt. ich praw i obowiązków wynikających z umowy.



- Biorąc pod uwagę wszystkie okoliczności Prezes Urzędu postanowił:
- A.** Za stosowanie praktyki orzeczonej w **punkcie I** sentencji decyzji, związanej ze stosowaniem we wzorcu umownym niedozwolonego postanowienia, ustalić kwotę bazową kary na poziomie% przychodów przedsiębiorcy, uzyskanych przez SOLARMED w roku 2012.
Prezes Urzędu nie stwierdził istnienia dodatkowych przesłanek obciążających, skutkujących podwyższeniem kwoty bazowej kary. Z uwagi na fakt, iż przedsiębiorca z własnej woli podjął pewne działania, które mają na celu zaniechanie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez opracowanie i stosowanie od dnia 28 listopada 2012 r., nowego wzorca umowy, który nie zawiera zakwestionowanego postanowienia Prezes Urzędu postanowił o obniżeniu wymiaru kary o 30%.
W świetle powyższych okoliczności wysokość kary, za stosowanie praktyki orzeczonej w punkcie I sentencji decyzji, ustalono w kwocie 315 zł (słownie: trzysta piętnaście złotych), co stanowi ok. ... % jej maksymalnego wymiaru.
- B.** Za stosowanie praktyki orzeczonej w **punkcie II** sentencji decyzji, związanej ze stosowaniem we wzorcu umownym niedozwolonych postanowień, ustalić kwotę bazową kary na poziomie% przychodów przedsiębiorcy, uzyskanych przez SOLARMED w roku 2012.
Prezes Urzędu nie stwierdził istnienia dodatkowych przesłanek tak obciążających, jak i łagodzących, skutkujących podwyższeniem lub obniżeniem kwoty bazowej kary.
W związku z tym wysokość kary, za stosowanie praktyki orzeczonej w punkcie II sentencji decyzji, ustalono w kwocie 539 zł (słownie: pięćset trzydzieści dziewięć złotych), co stanowi ok.% jej maksymalnego wymiaru.
- C.** Natomiast za praktykę orzeczoną w **punkcie III** sentencji decyzji, dotyczącą działań przedsiębiorcy, sprzecznych z art. 3 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), Prezes Urzędu uznając, iż naruszenie interesów konsumentów miało miejsce na etapie wykonywania kontraktu, ustalił kwotę bazową kary na poziomie% przychodu SOLARMED, uzyskanego w roku 2012.
Również w odniesieniu do tej praktyki Prezes Urzędu nie znalazł przesłanek obciążających, czy łagodzących, których wystąpienie uzasadniłoby zmianę kwoty bazowej kary.
Wprawdzie przedsiębiorca podjął pewne działania w celu dostosowanie się do wymogów prawa i od roku 2012 informuje o prawie do odstąpienia od umowy jednak nadal, pomimo obowiązku ustawowego, nie wręcza konsumentom oświadczenia o odstąpieniu, stąd brak jest podstaw do uznania, że ta praktyka została przez przedsiębiorcę zaniechana.
Ostatecznie wysokość kary, w tym przypadku, ustalono na kwotę 2.699 zł (słownie: dwa tysiące sześćset dziewięćdziesiąt dziewięć złotych), co stanowi ok.% jej maksymalnego wymiaru.
- D.** W przypadku praktyki orzeczonej w **punkcie IV** sentencji decyzji, dotyczącej działań przedsiębiorcy niezgodnych z art. 14 ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (Dz.U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268, z późniejszymi zmianami), Prezes Urzędu uznając, iż naruszenie interesów kon-



umentów miało miejsce na etapie wykonywania kontraktu, ustalił kwotę bazową kary na poziomie% przychodu SOLARMED, osiągniętych w roku 2012. W odniesieniu do tej praktyki Prezes Urzędu nie znalazł przesłanek obciążających, których wystąpienie uzasadniłoby podwyższenie kwoty bazowej kary, jak i łagodzących, uzasadniających jej obniżenie.

Wysokość kary, w tym przypadku, ustalono na kwotę 2.699 zł (słownie: dwa tysiące sześćset dziewięćdziesiąt dziewięć złotych), co stanowi ok.% jej maksymalnego wymiaru.

- E. W przypadku praktyki orzeczonej w punkcie V sentencji decyzji, dotyczącej działań przedsiębiorcy polegających na stosowaniu nieuczciwej praktyki rynkowej, o której mowa w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206), Prezes Urzędu uznając, iż naruszenie interesów konsumentów miało miejsce na etapie przedkontraktowym, ustalił kwotę bazową kary na poziomie % przychodu SOLARMED, uzyskanych za rok 2012.

W odniesieniu do tej praktyki Prezes Urzędu nie znalazł przesłanek łagodzących, których wystąpienie uzasadniłoby obniżenie kwoty bazowej kary. Natomiast z uwagi na to, że działania przedsiębiorcy w tym zakresie były umyślne podwyższono wymiar kary o 50%.

Wysokość kary, w tym przypadku, ustalono na kwotę 2.699 zł (słownie: dwa tysiące sześćset dziewięćdziesiąt dziewięć złotych), co stanowi ok.% jej maksymalnego wymiaru.

Zdaniem Prezesa Urzędu kary nakładane na przedsiębiorcę, który dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów służą podkreśleniu naganności ocenianego zachowania. Przedsiębiorca, jako profesjonalista, powinien wiedzieć, że określając warunki umowne nie może stosować praktyk godzących w interesy słabszych uczestników rynku, jakimi są konsumenci. Podejmując decyzję o nałożeniu kar i określając ich wysokości Prezes Urzędu wziął pod uwagę wszystkie ww. okoliczności, jak i możliwości finansowe przedsiębiorcy. Orzeczone kary powinny bowiem stanowić dolegliwość dla przedsiębiorcy, tak aby ich nałożenie skutkowało w przyszłości zapobieżeniem zaistnienia podobnych sytuacji. Z drugiej strony należy też podkreślić wymiar 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 odstraszącą i wychowawczą w stosunku do innych uczestników rynku.

W ocenie Prezesa Urzędu wymierzone kary, wynoszące łącznie mniej niż 1% przychodu przedsiębiorcy, są adekwatne do stopnia naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Prezes Urzędu, kierując się potrzebą zdecydowanego przeciwdziałania stosowaniu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów uznał, że orzeczone kary powinny stanowić dolegliwość dla uczestnika niniejszego postępowania. W tym przypadku kary powinny spełnić jednak przede wszystkim funkcję prewencyjną i wychowawczą, tak aby zapobiec w przyszłości naruszeniom przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Nakładając kary Prezes Urzędu uwzględnił również okoliczność, że za rok 2012 przedsiębiorca wygenerował stratę w wysokości zł.



Wobec powyższego orzeczono, jak w **punkcie VI** sentencji.

[26] 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.

Niniejsze postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu orzekł jak w punktach od I do V sentencji decyzji.

Ponadto, zgodnie z art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 267) organ administracji publicznej, jednocześnie z wydaniem decyzji, ustali w drodze postanowienia wysokość kosztów postępowania, osoby zobowiązane do ich poniesienia oraz termin i sposób ich uiszczenia.

Do kosztów postępowania zalicza się m.in. koszty doręczenia stronom pism urzędowych (art. 263 § 1 k.p.a.).

Prezes Urzędu w przedmiotowej decyzji uznał, że przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną. W związku z powyższym postanowiono przedsiębiorcę obciążyć kosztami postępowania w wysokości 26,50 zł (słownie: dwadzieścia sześć złotych 50/100).

W związku z tym orzeczono, jak w **punkcie VII** sentencji niniejszej decyzji.

POUCZENIA:

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:

NBP O/O WARSZAWA 51101010100078782231000000.

Na podstawie art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 267) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wyznaczył stronie termin 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na uiszczenie kosztów niniejszego postępowania w wysokości 26,50 zł. Powyższą kwotę należy wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie:

NBP O/O WARSZAWA 511010101000787822 31000000.

Stosownie do treści art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. Nr 43, poz. 296 ze zmianami), od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednic-



twem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie VII niniejszej decyzji, stosownie do art. 264 § 2 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego, w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz stosownie do art. 81 ust. 5 tej ustawy i w związku z 479³² § 1 i § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego, należy 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 Gdańsku w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

Z upoważnienia Prezesa Urzędu
Roman Jarząbek
Dyrektor Delegatury UOKiK w Gdańsku